OCHO QUILATES

Una historia de la Edad de Oro del software español (II)

Jaume Esteve Gutiérrez

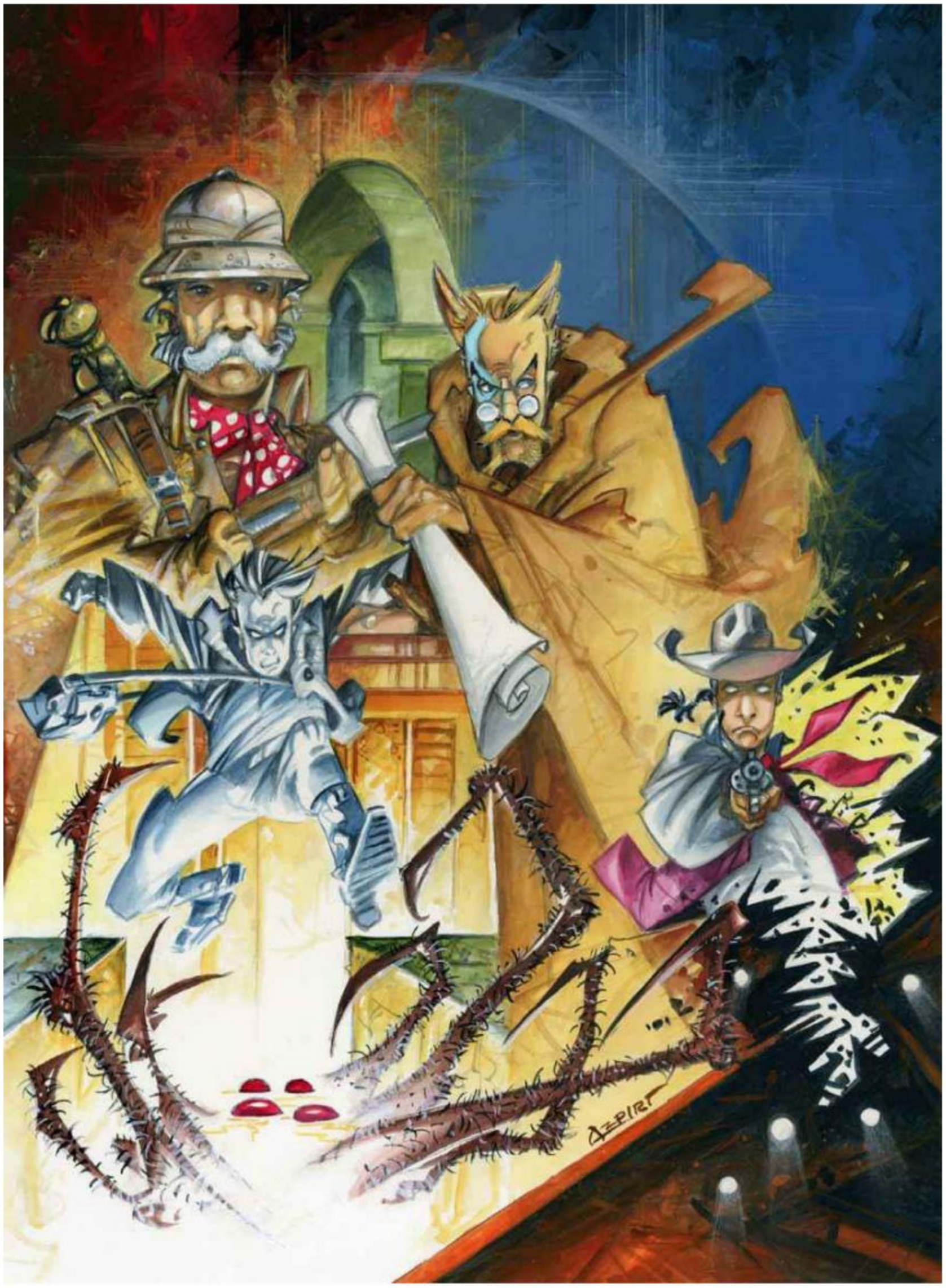
STAR-T MAGAZINE BOOKS

OCHO QUILATES

Una historia de la Edad de Oro del software español (II)

Jaume Esteve Gutiérrez

STAR-T MAGAZINE BOOKS


AZPIRI

OCHO QUILATES

Una historia de la Edad de Oro del *software* español (II)

Jaume Esteve Gutiérrez

1ª Edición: octubre de 2012

© Jaume Esteve Gutiérrez
Ilustración de portada: © Alfonso Azpiri

STAR-T MAGAZINE BOOKS
www.star-tmag.com

DISEÑO y CREACIÓN del EPUB:
www.editap.com

ISBN: 978-84-616-1114-0

Depósito legal: B-27885-2012

Publicado en España

Queda rigurosamente prohibida cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o tranformación total o parcial de esta obra sin el permiso escrito de los titulares de los derechos de explotación..

Fe de erratas: Por un error de interpretación, y por expreso deseo de Carlos Granados, su sobrenombre en este segundo volumen se ha transcrito como Charlie, tal y como le gusta escribirlo. Además, no es cierto que en la actualidad Granados viva alejado de la programación, como se afirmaba en el primer volumen, tal y como le hizo saber al autor antes de la públicación de este segundo libro: "Ahora mismo estoy de lleno metido en el desarrollo de aplicaciones web y de aplicaciones para iPhone y Android".

A mamá, papá, Sergio, Fernando y Tita,
para que tengan una prueba escrita de lo mucho que les quiero.

A Elena,
eres tan guapa que dueles.

Código? 15738
LOAD”” ENTER

La historia de la Edad de Oro del *software* español es una narración henchida de eventos trascendentales, decisiones necesarias que cambiaron el destino económico y vital de usuarios y compañías, Big Bang emocionales que generaron universos financieros completos, y realidades implacables que llenaron de pesadillas los sueños de futuro edificados tanto por empresas como por jugadores. Y además de todo lo mencionado es una historia de puertas que se abrieron, y puertas que se cerraron. O que se cerraron y después abrieron. Me explico.

Una de esas puertas la abrió el visionario Paco Pastor a fabricantes y consumidores de *software* cuando, estando en 1987 al frente de Erbe, resolvió bajar el precio de los videojuegos, de aproximadamente 2.000 a 875 pesetas. Tan importante y exitoso fue aquel tijeretazo monetario dado al devenir comercial de los programas españoles –los cuales estuvieron entonces a punto de perder la vida en cruenta batalla contra la piratería–, que aún con el tiempo de por medio tal decisión llega incluso a dividir el libro Ocho Quilates en dos volúmenes, ambos estos piezas de un puzle que al recomponerse conforma un todo compacto, necesario e imprescindible. La otra gran bisagra que posibilitó un cierre y apertura de puertas, o exactamente al contrario dependiendo de la situación y forma de entender las cosas –en aquel momento, y ahora– de cada compañía y persona física de manera individual, fue la llegada del PC y demás máquinas de 16 bits, y la consiguiente elección de las mismas por muchos usuarios como sus plataformas de juego favoritas. No son pocos los hacedores y degustadores de *software* ochentero que entienden los dos puntos de inflexión señalados como la finalización del auge y el comienzo del declive de la época dorada del videojuego español. Sí, es cierto que algunas de las más florecientes empresas del sector de aquel entonces se hicieron añicos como fragilísima cacharrería cuando Amiga, Atari ST, Mega Drive o Super Nintendo irrumpieron en su terreno igual que lo haría una estampida de ruidosos elefantes destrozones: Topo Soft desapareció tras alargar artificialmente la sombra de lo que fue y conseguir acariciar a duras penas el mercado del PC, y Opera se hundió en silencio abrazada al "plus" que añadió a su nombre. Afortunadamente tienen ustedes entre manos el volumen dos de Ocho Quilates, en el que Jaume Esteve y sus entrevistados les ofrecen el relato completo y magistral de cómo estas compañías llegaron a tan tristísima situación; lo cierto es que muchos presenciamos en directo cómo se cerraban, lenta pero inexorablemente, las puertas de Topo y Opera. Y fue un espectáculo amargo de contemplar.

Pero hubo empresas que encontraron vías de escape, accesos abiertos a través de los cuales pudo vislumbrarse un futuro resplandeciente y prometedor. Pecaré de optimismo exacerbado aún a sabiendas de que la transición fue espinosa para todos, y bien claro tengo que muchos vivieron situaciones auténticamente complicadas. Pero a día de hoy y con bastantes años transcurridos desde que aquellos acontecimientos tuvieron lugar, yo sólo puedo ver cosas positivas en, por ejemplo, la conversión de Dinamic Software en Dinamic Multimedia. Y me alegra que Made in Spain / Zigurat cambiara el desarrollar títulos de 8 bits por crear juegos para recreativas. Sencillamente, porque las cosas hubieran cambiado de todos modos más tarde o más temprano, y porque he tenido y tengo constantemente el placer de disfrutar tanto los programas alumbrados por Dinamic Software, como los que fueron

posibilitados por encarnaciones empresariales de dicha compañía nacidas en posterioridad a la Edad de Oro. Lo mismo podría aplicarse a Zigurat / Made in Spain. Incluso, y permitan que les diga mi opinión, no fue malo per se para quien jugó –y aún juega– títulos clásicos hispanos que Opera o Topo Soft desaparecieran: al fin y al cabo el *software* que estas desarrolladoras fabricaron durante su existencia sigue ahí, fue y es disfrutado cuando se quiera, y aquellos de sus integrantes y fundadores recuerdan esa etapa de sus vidas cuando son preguntados al respecto como una época hermosa que fue vivida y bien vivida. ¿Qué sentido tiene aquí hablar de auge o decadencia? Es, sin más, una etapa: una puerta que se abrió y luego se cerró, o se cerró y abrió, y entremedias, hubo tiempo para generar Big Bang financieros desde un estallido de pasión, enfrentar vendavales de cambio, y tomar acertadísimas decisiones en el fragor de la batalla. Una historia rotunda que narra la época pretérita de nuestros queridos videojuegos y que, con sus malos y buenos momentos, fue disfrutada y aún hoy día puede seguir siendo disfrutada.

Lógicamente, esto es más fácil de entender para quien vivió dicha etapa y ahora se relaja observando el bosque *software* con distancia de por medio, sin que molesten los árboles de los problemas y dificultades que entonces surgieron. Así pues, solo concibo una forma de comprender aquella época: recordando –o emulando el haber disfrutado lo vivido– mediante la lectura, en su conjunto y en su totalidad, de la obra Ocho Quilates completando el puzle de dos volúmenes. Por lo demás, ya lo hice en una ocasión cuando prologué la primera mitad, y lo hago de nuevo ya que se me brinda la oportunidad de repetir en la segunda: amigo Jaume Esteve, te doy las gracias una vez más por haber creado un todo que nos permite comprender cada parte. Ese todo se llama Ocho Quilates, una historia de la Edad de Oro del *software* español.

Juan Carlos Caballero, Adonías,
es una de las mentes maestras detrás de Mondo Píxel.

Por norma general, los textos que introducen cada año no exceden los dos o tres párrafos. Con el 87 voy a tener que hacer una excepción, que para algo es el año que más páginas ocupa en este relato.

No hay mejor termómetro para hacernos una idea del impacto que tuvo el videojuego español en la sociedad que el reportaje que El País Semanal[1] le dedicó durante los primeros meses del año, justo antes de una famosa bajada de precios de la que hablaré.

El reportaje, que llegó a ser portada del suplemento dominical, mostraba en la primera página de la revista a los componentes de Dinamic y no dudaba en calificar de "genios del ordenador" a todos los personajes que aparecían a lo largo del relato.

Un texto en el que se podían encontrar citas de los principales responsables de Dinamic así como de Zigurat y de otros tipos relacionados con la informática que optaron por otras vías. Pero si algo fascinaba a El País era la imagen de éxito que ya he dicho que rodeaba a los responsables de las distintas firmas españolas.

"Un ejército de adolescentes autodidactas irrumpe en la informática con las primeras creaciones hechas totalmente en España. El ayer camarero es hoy experto en programas de gestión, y chavales que hace dos años comenzaron en una buhardilla, dirigen hoy una próspera sociedad anónima que es la única exportadora española de videojuegos. Genios del ordenador, donde hay directores generales con sólo 20 años de edad y chavales que con 15 ya han ganado su primer par de millones de pesetas".

José Antonio Morales, que aparece fotografiado en el reportaje, recuerda muy bien esa imagen que les otorgaban los medios: "Ninguno ganamos dinero con los juegos, y en Opera éramos los dueños de la empresa. Recuerdo en El País una portada de los jóvenes millonarios que era absolutamente mentira. Ganábamos lo suficiente para vivir bien y, sobre todo, divertirnos como nos divertíamos. Paco Menéndez hizo el mejor juego de la historia[2] y no hizo dinero. Ganaron los que los distribuían. Los que estábamos haciendo juegos, no. Tampoco Víctor y Pablo [Ruiz]. Habrán ganado dinero para vivir bien".

A pesar de las innumerables erratas en lo relativo a los nombres de los juegos, el reportaje aporta algunos datos interesantes, sobre todo porque en su momento tuvo acceso a cifras que no han llegado hasta nuestros días. Gracias a ese texto podemos saber que *Rocky* fue número dos en Inglaterra o que *West Bank* llegó a la sexta posición en las islas, la misma que consiguió el *Slapshot* de Morales. Volviendo a las cifras, las de Dinamic eran espectaculares. Había crecido un 2.000% en 1985, un 200% en el 86 y la previsión de crecimiento para el 87 era del 100%.

En este contexto, es interesante hacer un alto en el camino y poner el foco sobre la piratería, causante de que ese año el mercado explotara, para bien, en mil pedazos. Esa explosión, unida a un puñado de lanzamientos que se recuerdan entre los grandes de este periodo (*Game Over*, *El Misterio del Nilo*, *Livingstone*, *Supongo*, *La Abadía del Crimen*) fueron los responsables de que Micromanía, en una retrospectiva de lo que había significado el 87 para el videojuego publicada a principios de los noventa, calificara este año como la Edad de Oro del *software* español[3].

1. El País Semanal, número 512, año XII. Segunda época. 1 de febrero de 1987, pp. 30-38.

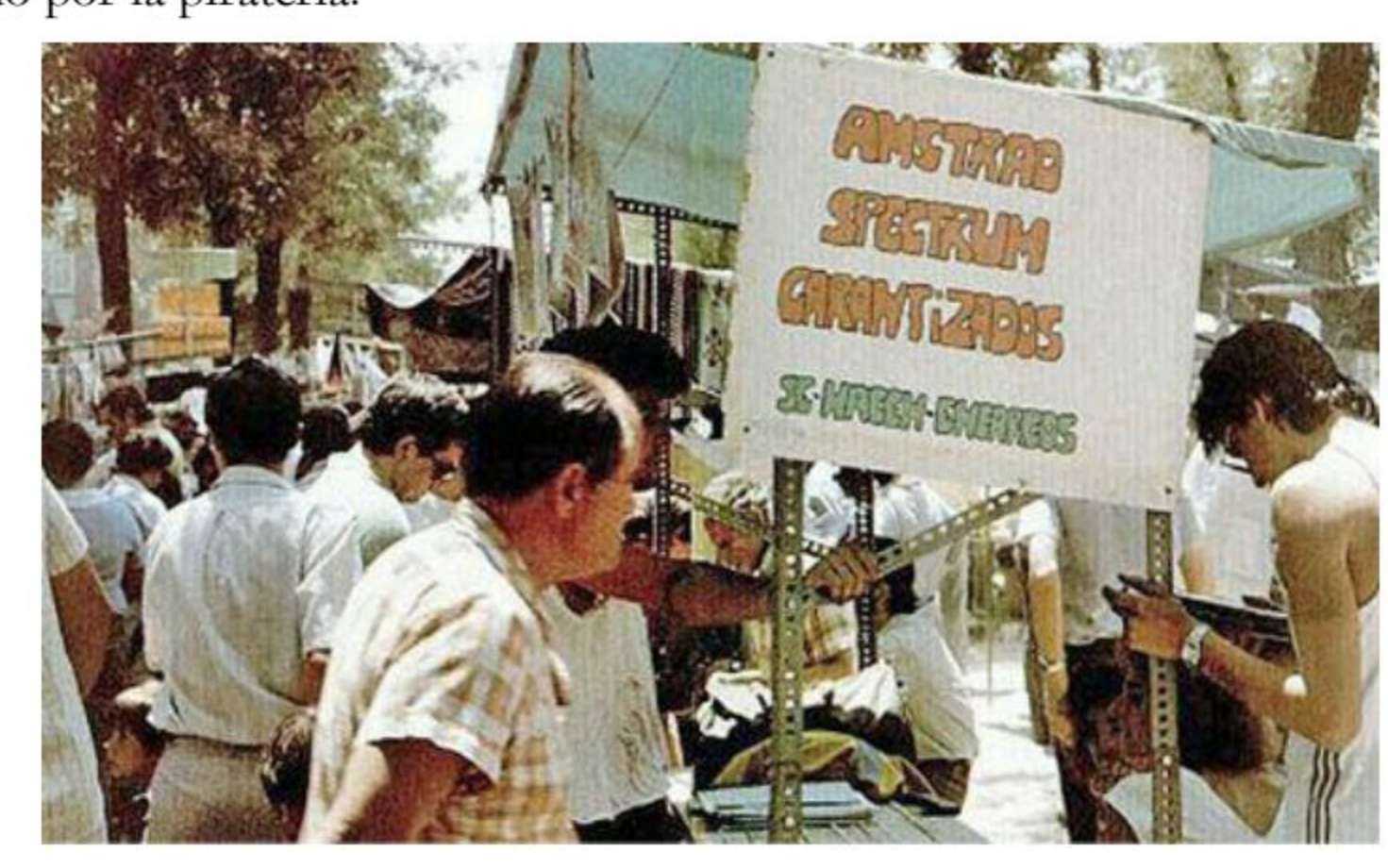
2. Se refiere a *La Abadía del Crimen*.

3. "Anuario del *soft*. 1987: La Edad de Oro del *software* español". Micromanía. Época 2, n. 60, p.. 22-23.

Con escasos tres años de vida, el *software* español llegó a 1987 en una situación más delicada de lo que pudiera parecer. A pesar de que hasta este momento la piratería ha aparecido en contadas ocasiones en este relato, era un problema patente desde el primer día[4]. En pleno siglo XXI desayunamos, comemos y cenamos con las quejas de la industria cultural al respecto del daño que le producen las copias ilícitas (ya sea de música, cine o videojuegos) a su sector particular. Y, ojo, son las quejas propias de un modelo de negocio que se viene abajo por culpa, en gran medida, de Internet y de no saber adaptar los modelos de negocio a las necesidades actuales.

La piratería en el sector del videojuego fue un problema bastante más serio. A diferencia del cine o la música, el videojuego ha tenido que luchar contra ella desde sus mismos inicios, por lo que lo ha tenido doblemente difícil para levantar unas estructuras estables desde las que afianzarse y poder mirar hacia el futuro. Esta amenaza inicial también despertó a la industria, que ha tenido que combatirla desde el principio. No es casualidad que hoy se encuentre en mejor situación que sus compañeros de viaje.

Para las compañías de las que he hablado, la creación de videojuegos era un hobby ocasional hasta la profesionalización (Dinamic, Made in Spain) o se reducía a una división de entretenimiento de un grupo empresarial dedicado al *hardware* (Indescomp). La profesionalización de las dos primeras y la aparición de Opera Soft las ponía en un aprieto ya que, a partir de principios del 86, el éxito de sus empresas estaba más que amenazado por la piratería.



Estampa de un puesto del Rastro que anunciaba juegos de Spectrum y Amstrad.

Una piratería que, a pesar de no existir Internet, lo tenía muchísimo más fácil de lo que parece. Por lo general, los juegos se vendían en cintas de casete o en discos de 5 ¼ o 3 ½. Para copiarlos tan solo hacía falta un ordenador con una unidad de disco o un equipo de música con doble pletina y el juego en

cuestión.

El Rastro en Madrid, el Mercat de Sant Antoni de Barcelona o el Mercadillo de La Alameda de Sevilla se convirtieron, a mediados de los ochenta, en los centros neurálgicos de la piratería en España. Se podían encontrar todas las novedades a precios hasta seis veces inferiores a los del mercado, y eso en el caso de que aquí estuvieran a la venta, ya que en repetidas ocasiones los lanzamientos del Reino Unido llegaban antes a los hogares por la vía ilegal que por la legal. Las copias en muchas ocasiones estaban a la venta tal cual, en las paradas, expuestas al público aunque en ocasiones el pirata de turno también tenía todo su catálogo compuesto por originales. Como si de un trapicheo en el Baltimore de The Wire se tratara, el jugador le pedía un juego, le pagaba por adelantado y recibía su copia unos minutos más tarde sin saber de dónde había salido.

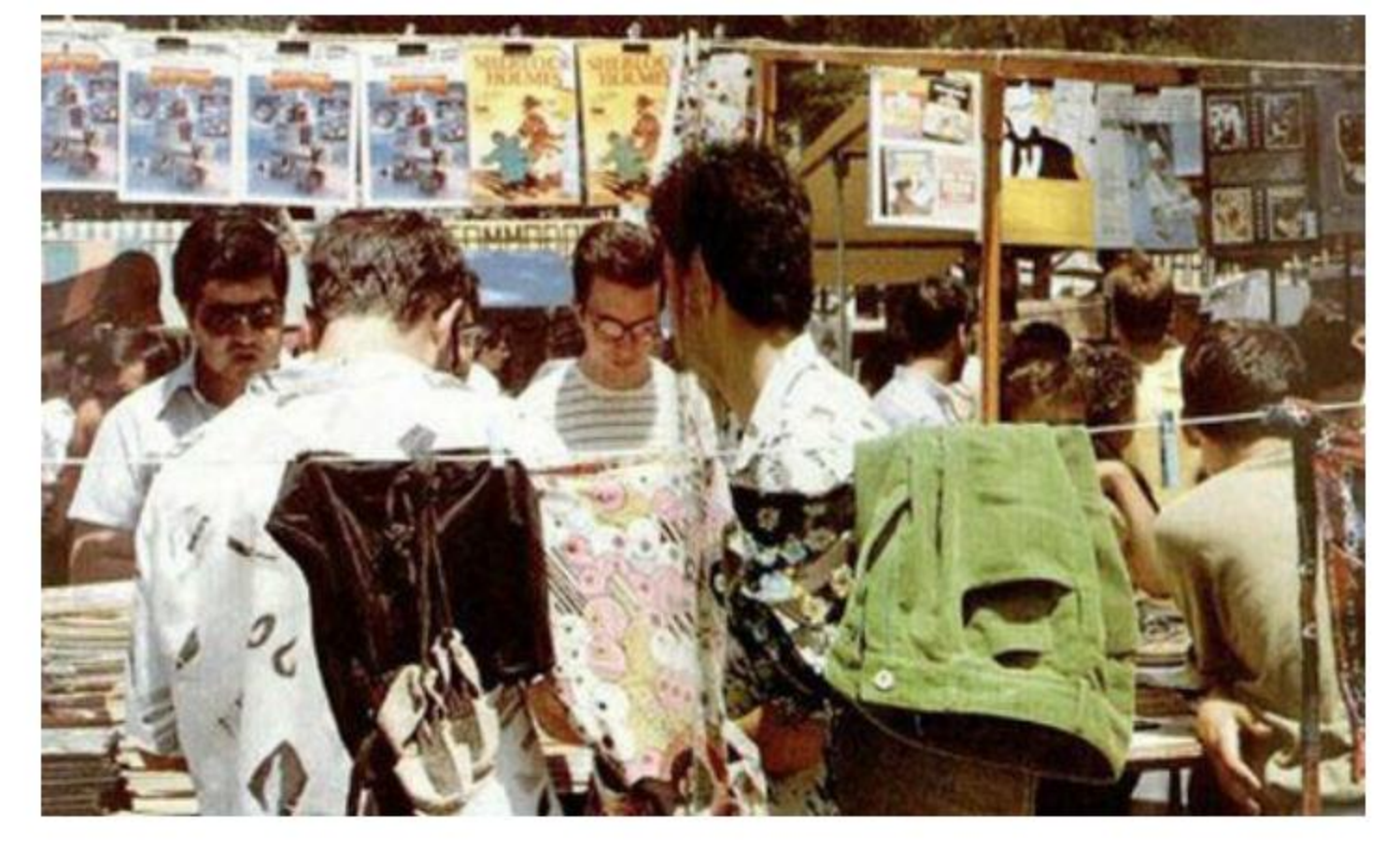
De todos los tipos que poblaban la plaza madrileña, hay un testimonio muy valioso por su bagaje. No sólo por su papel de pirata de la época, sino porque reúne experiencia en varios ámbitos de la industria en una sola persona.

Me refiero a Miguel Ángel Villas, más conocido como Abraxas[5]. Madrileño de toda la vida, es toda una institución en lo referente a Amstrad en España, microordenador del que posee una colección interminable de juegos y documentos que se encarga de preservar como lo que son, un tesoro.

Contra la imagen demonizada que los medios y el imaginario colectivo tienen del pirata informático, Abraxas se presenta como lo que es, un tipo totalmente normal. Peina canas, lleva gafas y puede sacar pecho para contar cómo era uno de los pocos que manejaba el cotarro en el Rastro.

Su relato, como el de tantos, comienza ligado a un Spectrum. "Mi hermano mayor compró uno nada más salir. Yo tenía dieciséis años y para mí era el vicio del momento, como para toda persona que probaba un ordenador. Éramos unos viciados de las recreativas y el Spectrum era lo más parecido a tener una en casa. Te gustaba y querías más. Aprendí a programar y, claro, [llegó] el problema de siempre: la economía", ríe.

Hasta principios de 1987, el estándar en los precios de los videojuegos se había colocado alrededor de las 2.000 pesetas (unos 12€) del momento. Incluso Dinamic, que comenzó vendiendo sus juegos a mil pesetas[6], también subió el precio de sus productos en cuanto delegó la distribución en una medida que impuso ERBE, dominadora del sector en suelo español, y a la que el resto de mayoristas se unieron. "Habíamos comenzado con mil pesetas y pasamos a 1.800 porque ERBE nos dijo que era el precio al que vendía los juegos de U.S. Gold o de Ocean –apunta Pablo Ruiz–. Y tuvimos que hacerlo por exigencias. Pero nosotros siempre habíamos apostado por mil".



Usuarios madrileños frente a un puesto del Rastro.

De vuelta con Abraxas, es interesante comprobar cómo treinta años después la relación entre lo que costaba un juego y un sueldo medio no anda muy desencaminada: "Los juegos en aquella época costaban 2.000 pesetas, ¡las copias en tienda![7] He comprado copias en tienda, de Ultimate, que costaban más de 2.000 pesetas. Y los originales de Spectrum estaban a 2.000 y pico. Las copias costaban unas 1.800 y los originales unas 2.500. Te hablo de 1983, quince euros de la época, cuando un sueldo normal a lo mejor era de 40.000 o 50.000 pesetas al mes[8]. No había economía que soportase eso. Sí era verdad que se compraban originales en la medida que podías, pero querías más".

El primer método para saciar ese ansia fue algo tan sencillo como el intercambio: "Empezamos a tener una pequeña colección de juegos, una veintena, y pusimos un anuncio para intercambiar. No había ningún motivo salvo querer jugar más y no tener capacidad económica para comprar. Colocamos el anuncio en Segunda Mano, el eBay de entonces, y a base de intercambios conseguimos pasar a una colección de cerca de cien juegos. La cuestión era tener más. Todo el tiempo que me dejaba en los estudios lo dedicaba al ordenador. Los fines de semana podía estar dieciocho horas frente a la pantalla tranquilamente. Desde las doce de la mañana hasta las cuatro de la madrugada, sólo paraba para comer".

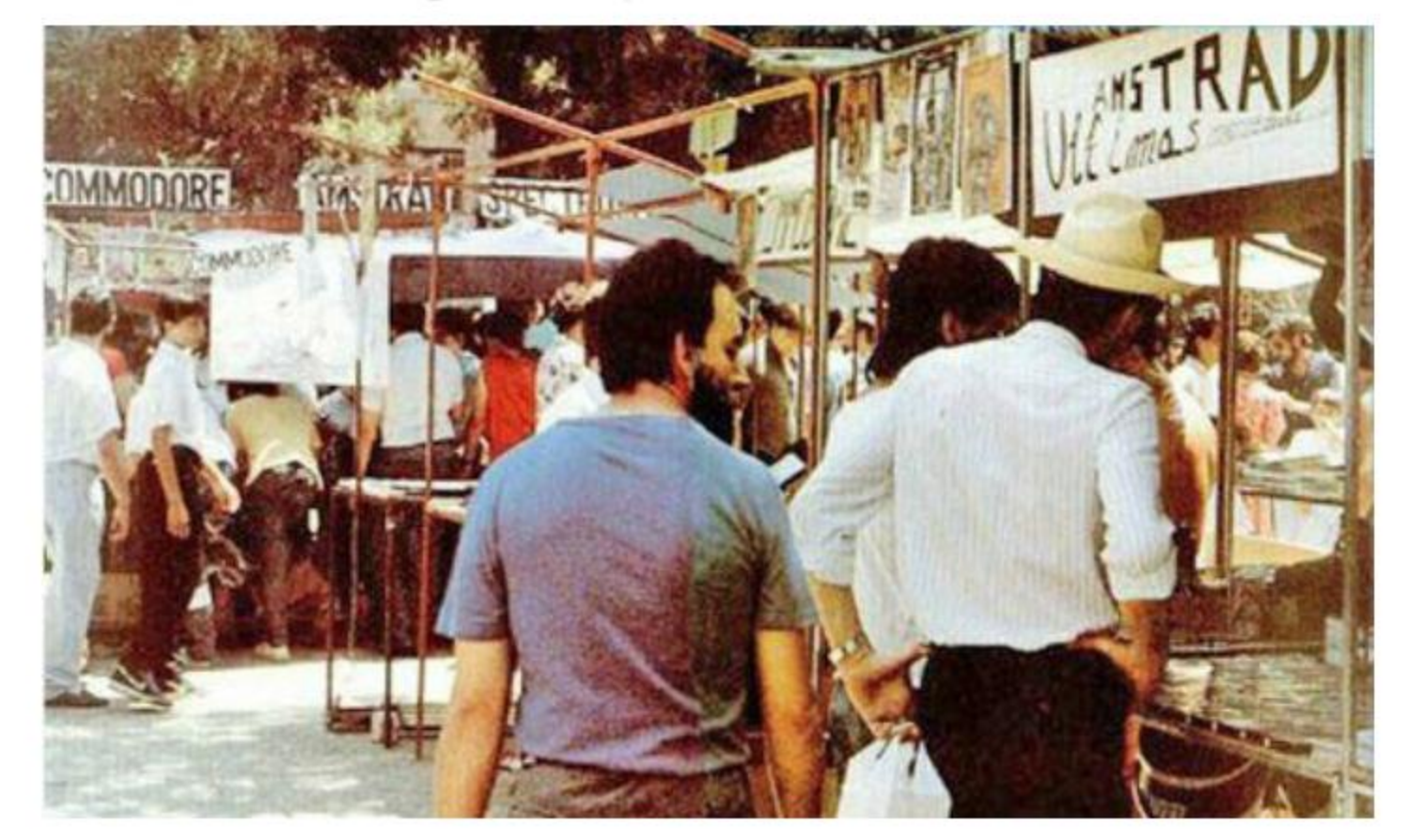
Desde el punto de vista de un jugador en 1983, vender copias piratas de juegos en la calle que también se vendían pirateados en las tiendas no era una práctica reprobable. Poco a poco comenzaron a aparecer vendedores particulares que detectaron una oportunidad de negocio en el incipiente mercado del videojuego: "Existía la red oficial de tiendas, que una parte a su vez era pirata, y luego había gente que empezó a vender. Una vez que tenías una cierta cantidad [de juegos], entraba el punto autodidacta. Cómo copiar, cómo desproteger[9] juegos. En general, cada compañía siempre usaba la misma protección, aunque a veces había evoluciones, era complicado. En Inglaterra las empresas productoras de juegos tenían muchas protecciones comunes porque era una tecnología que se revendía a los desarrolladores".

¿Y en España? El juego español fue mucho más sencillo de piratear: "Aquí cada compañía desarrollaba su propia protección. Las españolas en general eran fáciles porque no gastaban muchos recursos. La realidad transmitió que te podías dedicar tres meses a hacer las más rimbombantes protecciones pero que siempre había alguien que en un día se la saltaba. El primer ejemplo fue *Camelot Warriors*. El original, la primera versión, salió con un una pieza de *hardware* que se conectaba al Spectrum. La primera versión que salió en el Rastro, a la semana siguiente, era con un prototipo de madera que lo hacía

funcionar. Y al cabo de dos o tres semanas ya estaba completamente desprotegido".

Pero antes de pasar al submundo que se creó en el Rastro, voy a volver sobre la pista de Abraxas para entender mejor su llegada hasta allí. Antes de acabar en el famoso mercadillo callejero se hizo un nombre en los circuitos de venta de segunda mano: "Supimos que había gente que vendía. Era una retroalimentación del vicio: no lo hacíamos por el negocio, todo lo que ganábamos nos lo gastábamos en comprar juegos originales que a su vez copiábamos. No recuerdo bien la fecha pero puede que en el 83 o así los vendiéramos a quinientas pesetas, cuando el original costaba 2.000 o 2.500, cinco veces más. Llegamos un poquito tarde y tuvimos que pelear los precios, ser más agresivos: comenzamos a vender a trescientas pesetas. Tuvimos muchísima demanda".

Esa elevada demanda no comportaba unos ingresos considerables. Ya lo ha explicado Villas, casi todo lo que se ganaba se reinvertía en novedades: "No ganábamos dinero. Todo el que se sacaba servía para comprar originales. Había que vender cinco, seis, siete copias. En nuestro caso, a 300 pesetas, había que vender unas ocho copias para comprar un original. En ese momento no era negocio, era un método para ampliar la colección[10]. Era vicio, colección, quería más y era una forma de obtenerlo. Al final, nos conocíamos cuatro o cinco y cada uno que conseguía una novedad la intercambiaba".



Varios tenderetes del Rastro en los que se pueden ver carteles anunciando Amstrad, Commodore o Spectrum.

En un reportaje que el extinto canal C: de Canal Satélite Digital emitió hace años, un pirata de rostro oculto y que supuestamente responde al nombre de David, discrepa. Asegura que los motivos que empujaban a los piratas a vender juegos eran puramente económicos: "En aquello nos metimos por dinero. Esto que cuentan que te metías en los programas y hacías historias, todo como muy tecnólogico y de guante blanco, no. Todo era para sacar pelas más o menos fácil con los mínimos medios. Te metias en el Rastro con una mesa y a sacar dinero, nada más. No era el ambiente romántico que venden los *hackers*".

De vuelta a Villas, en 1984 cambió su modelo de negocio cuando Indescomp comercializó el Amstrad de Alan Sugar en España y el madrileño decidió hacerse con uno para convertirlo en el centro de su emporio: "Soy famoso por el Amstrad. En el 84, cuando salió, el Amstrad CPC 464 era un ordenador bastante más potente: monitor incorporado, más gráficos, mayor capacidad de trabajo. Lo compramos en cuanto salió. El Spectrum lo vendimos porque era un mercado saturado, mucha gente se dedicaba a ello. El de Amstrad era un terreno virgen. Ahí sí que fuimos los primeros. A mí me pilló en la mili. Tuve que

hacerla cuando era obligatoria y estando de servicio, más o menos en el 85, ya teníamos una colección de unos treinta, cuarenta o cincuenta juegos. Nos enteramos que, además de la segunda mano, que era donde se había movido todo el mercado, había un lugar en el Rastro donde se juntaba toda la gente que se dedicaba a las copias".

Un grupo que se había comenzado a reunir a lo largo de 1984[11] y al que se juntó Abraxas un año más tarde: "Entré muy tarde, en el 85. Compramos una mesa de estas de camping para merendar y llevé unas cuarenta o cincuenta copias a quinientas pesetas, porque los originales de Amstrad siempre fueron más caros que los de Spectrum. Pude subir el precio por la escasez y la falta de títulos y competencia. Monté una mesita en mitad del Rastro cuando no había que pedir permiso al Ayuntamiento[12] ni nada".

El éxito de Abraxas, que llegó para cubrir una necesidad de mercado, fue inmediato: "Vendimos todo lo que llevamos, o prácticamente todo. A quinientas pesetas, unas cuarenta copias: 20.000 pesetas. Ahí empezó el negocio de la piratería". Gracias a esa inversión inicial, convirtió en un modo de vida lo que había comenzado como un método para conseguir todos los juegos posibles.

"Era mi trabajo. Tenía diecinueve años, me ubiqué en un sitio mejor, fui creciendo. Ser el primero me permitió crecer porque no era competencia de los que estaban, que eran de Spectrum o de Commodore, sistemas anteriores. Luego me salió competencia[13], que bajó los precios. Yo los mantuve porque, sin pecar de falsa modestia, era el mejor. Utilizaba cintas de mejor calidad y tenía originales de todo con lo que mis copias eran más fiables. Hacía fotocopias de las carátulas originales, de las instrucciones. Era lo más parecido posible al original".

El negocio del Rastro comenzó a crecer de tal manera que los cabecillas, Abraxas entre ellos, tuvieron que organizarse. El objetivo, conseguir todos los estrenos aunque ello implicara hacer una visita presencial al principal distribuidor del país.

"Mi trabajo, de lunes a viernes, era visitar todas las casas de *soft* y las tiendas de videojuegos a por novedades. Ellos no sabían que yo vendía en el Rastro. De hecho, compraba directamente a Paco Pastor en ERBE cuando estaba en Santa Engracia. Llamaba:

— "¿Qué novedades tenéis?"

— "Esta, esta y esta".

— "Resérvamelas, que voy a buscarlas".

"Estaba incluso su mujer, que era la que atendía al público, y te lo vendía. No sabían nada. Pero daba igual que compraras en ERBE o en El Corte Inglés. La diferencia era que ERBE normalmente las tenía un día o dos antes que El Corte Inglés. Me interesaba tenerlas cuanto antes porque las podía desproteger[14]".

Para Abraxas, ser el referente de Amstrad le llevó a convertirse en un experto de las desprotecciones y las colecciones de juegos grabados en un solo diskete: "Desproteger para Amstrad te facilitaba las copias. Una grabación en cinta estaba en torno a diez minutos si la hacías de casete a casete. En copia rápida de doble pletina a lo mejor eran siete u ocho. Pero si hacías la carga desde disco en Amstrad, tardaba unos quince segundos. El tiempo era prácticamente nulo. Podías hacer muchas más copias en menos tiempo. Cargar desde cinta eran diez minutos, cargar desde disco eran veinte o treinta segundos".

Con Amstrad y Spectrum afianzados en el mercado español, ambos con un parque que crecía exponencialmente, el volumen de negocio paralelo al del comercio tradicional fue creciendo a lo largo del 84, del 85 y del 86. El nivel de adelanto que tenía el núcleo duro del Rastro era tal que los lanzamientos ingleses llegaban a España unos pocos días más tarde de su lanzamiento en las islas.

"Las novedades, tanto extranjeras como españolas, llegaban antes a los circuitos de compra-venta callejeros que a las tiendas habituales. Desde la salida de un juego en Inglaterra y su llegada a España había unos dos o tres meses de diferencia. Al Rastro podía llegar en una semana. Dependía de cómo nos cuadrara el viaje. Si en Inglaterra salía el martes y daba la casualidad que alguien iba el miércoles y volvía el jueves, el domingo estaba a la venta. Era un circuito muy rápido, cuatro o cinco días. Estaba tan bien organizado que los juegos españoles aparecían incluso antes de que se publicaran por las filtraciones. Siempre las ha habido".

Abraxas no se cansa de repetir que su trabajo de pirata en el Rastro no le retiró de la vida laboral. Al contrario, ganaba lo justo para mantener su ritmo de vida, tener las novedades preparadas y poco más. ¿Quién era el encargado de traer el último *hit* desde Inglaterra en unos tiempos en los que ni Ryanair, ni Easyjet, ni el turismo *low cost* existían?

"Un billete de avión costaba 100.000 pesetas a mediados de los ochenta. Del Rastro no viajaba casi nadie pero había contactos, gente que tenía un padre piloto o algo por estilo, que se utilizaban de correos. Se les pagaba una cantidad, les dábamos una lista de juegos y los traían en un viaje. Yo sólo viajé una vez. Estuve una semana pero vine con muchas novedades. Me salió gratis".

Si por algo tuvo éxito el Rastro, además de por tener todos los juegos imaginables a los pocos días de su lanzamiento, fue por venderlos a precios irrisorios. Hasta que ERBE, a principios del 85, no comenzó a ejercer su posición de dominio, el rango de precios en tiendas oscilaba entre las mil pesetas con las que comenzó Dinamic, sin ir más lejos, hasta las 2.500 de algunos títulos de importación. Cuando ERBE comenzó a manejar el cotarro, las cifras se estabilizaron en torno a las 1.800 y las 2.100 pesetas, un precio más caro si hablamos de juegos en disco. Obviamente, había juegos de gama económica que se movían en registros mucho menores, pero las novedades nunca se encontraban por debajo de esos números. Ante tales precios, conseguir los mismos títulos por un valor seis veces inferior al del mercado era un caramelo para los compradores, que hasta se podían arriesgar a comprar una copia defectuosa. La inversión y el riesgo eran mínimos.

"En el Rastro, el precio de Spectrum terminó en doscientas cincuenta pesetas, y el de Amstrad bajó a cuatrocientas cuando creció bastante el mercado. Siempre hubo gente que vendía un poquito más barato, diez juegos de Spectrum por 1.500 o 2.000 pesetas. El mercado de las cintas era más amplio, pero se han vendido las dos cosas. Al principio sólo cintas y luego discos, que eran muy caros. Un disco virgen de tres pulgadas costaba 1.500 pesetas. Los juegos en discos originales, entre 4.000 y 5.000 y yo pedía 2.000 o 2.500 por ellos con lo que cupiera en un disco. Desproteger también te permitía mezclar juegos, en un disco podías meter tres, cuatro o cinco, dependiendo de la longitud. Podía venderlos por 3.000 o 4.000 en función del número de juegos o de la dificultad".

Con unos precios tan reducidos, el éxito era tal que Abraxas confirma que en el Rastro tenían salida hasta títulos desconocidos que no habían tenido exposición mediática: "Los que más se vendían eran las novedades y los más conocidos. Pero la ventaja es que de cualquier título, por desconocido o raro que fuera, podías vender cuarenta unidades en un domingo normal. Siempre recuperabas la inversión de tener un original, por eso compraba todos los originales. Por calidad, porque me gustaba y porque quedaba mucho mejor".

Una vez apreciada la magnitud del éxito del Rastro es mucho más sencillo apreciar el fracaso comercial que suponía para estudios y distribuidores. Para Microhobby fue un problema capital casi desde el primer número. La popular revista hizo varios llamamientos para condenar la práctica y para concienciar a los jugadores de que, si no compraban originales, no habría manera de mantener la incipiente producción de juegos nacionales.

La industria española del videojuego, un recién nacido que apenas gateaba y era capaz de dar dos pasos sobre sus propios pies, corría peligro de muerte casi antes de su nacimiento. De vuelta a lo que he explicado al principio del capítulo, una cosa era afrontar la piratería cuando el videojuego era poco más que un hobby como en los primeros años de Dinamic o Made in Spain y otra bien distinta tener que lidiar con ella cuando cada mes había que pagar facturas, alquileres, nóminas y llenar la cesta de la compra.

Así, a principios de 1987, tras un año de negociaciones, estudios de mercado y demasiados quebraderos de cabeza, Paco Pastor aprovechó la fuerza de ERBE como principal actor de la distribución en nuestro país e hizo, posiblemente, el movimiento clave que permitió crear una industria del videojuego en España a la altura de otros países europeos.

4. Microhobby le dedicó un reportaje en uno de sus primeros números firmado, curiosamente, por Gabriel Nieto, quien dirigiría Topo Soft a partir de 1988. "El negocio del siglo", Microhobby, n. 6, pp. 6-8.

5. El sobrenombre lo heredó de su hermano, que también utilizaba dicho apelativo como homenaje al segundo disco de Santana.

6. En el primer anuncio, tanto *Yenght* como *Artist* se vendieron a mil pesetas. En sucesivos anuncios popularizaron la expresión "por 1.200 pesetas no te resistas a tener un original Dinamic", hasta que los acuerdos con Microworld y ERBE les obligaron a entrar en el mismo rango de precios que la competencia.

7. Ya lo ha explicado Pastor en los primeros capítulos de este relato, en los primeros años de los 8 bits en España era moneda de cambio común que las tiendas vendieran copias de los juegos. Tenían un original y a partir de ahí hacían copias en la misma tienda para satisfacer la demanda.

8. En 2011, en España, la relación estaría entre los 60€ por juego por los 900€ de sueldo medio mensual (15.500 anuales) según un dato del Instituto Nacional de Estadística publicado en junio de 2011. El sueldo mínimo en 1983 ascendía a 2.702€, sobre los 193€ (poco más de 32.000 pesetas) al mes.

9. La desprotección se utilizaba, sobre todo, para los juegos que venían en diskete. Los piratas tenían que bucear entre el código para encontrar las líneas que le decían al micro del momento que podía ejecutar el título porque era original. Una vez sorteada esa protección, bastaba con hacer creer a la máquina de turno que el disco que estaba en su interior era auténtico. "Al final, pusieras la protección que pusieras, o bien se copiaba directamente por doble pletina o se desprotegía para hacer una copia normal", explica Villas.

10. Un testimonio anónimo de Dinamic asegura en un reportaje aparecido en Microhobby que "un personaje del Rastro" tenía "chófer y cuatro empleados" con tan sólo diecisiete años. Con las palabras de Abraxas en la mano, la historia parece otra más de esas leyendas sin base empírica que pueblan la Edad de Oro aunque no está de más tenerla en cuenta. Microhobby Especial, n. 5, pp. 4-13.

11. "Que se reunieran en el 83 me parece demasiado temprano", presupone Abraxas.

12. El antiguo pirata aclara: "Ahora está muy regulado. Los puestos están dibujados en el suelo, no puedes pasarte y tiene que estar el titular de la concesión. Si está enfermo tiene que dejar el puesto vacío, no puede ir su hijo, su madre o su hermano. En aquella época plantabas la mesa y si el hueco no estaba ocupado, podías utilizarlo".

13. Dos piratas de identidad desconocida que Microhobby entrevistó para un reportaje de la piratería también ilustraban el aumento en el número de vendedores conforme avanzaba el tiempo: "Antes únicamente existían en el Rastro, pues… cuatro. Ahora cada vez van más niños con mesitas, va gente que ve que eso tiene provecho". Microhobby Especial, n. 5, pp. 4-13.

14. Es importante marcar la diferencia entre desproteger un juego y hacer una copia calcada al original. Para la segunda, un equipo de música de doble pletina era todo lo necesario para poder hacer copias exactas: "Hablo de una época en que los juegos estaban en casete y el método más común era una doble pletina, que costaba en torno a 20.000 pesetas. No había ningún juego que se resistiera. Era una copia pura, igual al original, como si grabaras un CD protegido con un programa que permite una copia protegida. Eran copias iguales al original.

Obviamente, de menor calidad porque los equipos de grabación domésticos siempre han sido inferiores a los profesionales, pero en general en el 90% de los casos eran viables. En la buena época, he llegado a tener cuatro casetes grabando a la vez".

Si Abraxas y los piratas del Rastro madrileño vivían una Edad de Oro paralela a la del *software*, la situación en las oficinas de ERBE era bien distinta. A la normalidad de tener cada semana los lanzamientos de cualquier estudio europeo a precios de risa se contraponía la desesperación de Paco Pastor, que a pesar de haber detectado antes que nadie un mercado en potencia, no era capaz de hacerlo despegar por culpa de la piratería y por un modelo de negocio que le penalizaba: los precios en las tiendas eran caros porque ERBE tenía que hacer un fuerte desembolso con los productores.

"Importábamos directamente de Inglaterra. Tendríamos un margen de un 20% o 30%, porque comprábamos producto final acabado. Pasados dos años, teníamos el conocimiento de que en el mercado español había una base instalada cercana al millón de Spectrums. De un superjuego, un *Rambo* o un *Decathlon*, juegos que tenía todo el mundo, vendíamos cien, ciento cincuenta, doscientas unidades. Del que más, seiscientas, setecientas o, como mucho, mil unidades. Hablo de cifras para Spectrum[151617]".

La situación, a todas luces, era insostenible y más cuando se sabía que el parque de microordenadores crecía de manera exponencial. "¿Qué ocurría? Yo observaba que el negocio de los videojuegos era brutal. Nacían revistas por todos lados. Apareció Microhobby, una revista semanal para Spectrum con ventas de 100.000 ejemplares semanales. ¡Semanales! El Spectrum se fortaleció una barbaridad y todo lo relacionado con ese mundo vendía cifras astronómicas. Te hablo del millón de unidades instaladas. Si todos los chavales jugaban quería decir que había copias por absolutamente todos los lados. La venta de videojuegos piratas era absolutamente cotidiana en el Rastro en Madrid o el Mercat de Sant Antoni en Barcelona".

Pablo Ruiz, de Dinamic, también vivía la sangría en sus propias carnes y recuerda el halo de impunidad que se construyó alrededor del Rastro: "La piratería era inherente. En Spectrum surgió en el mismo momento, la gente cambiaba las cintas de casete en el colegio o iba al Rastro a por las novedades. La impunidad era muy parecida a la que puede haber ahora en Internet. En los puestos encontrabas los juegos piratas y nosotros estábamos indignados. Existía una asociación llamada ANEXO, antes que ADESE[18], que se quejaba y denunciaba que aquello era un delito. Y la policía les contestaba:

— "Con la cantidad de cosas de las que me tengo que preocupar, ¿cómo voy a preocuparme de los juegos piratas de los tenderetes?".

"Tú vas al Rastro ahora y no tienen nada ilegal, pero en aquel momento era normal".

El dueño de Sinclair Store, una de las mayores tiendas de los ochenta en Madrid, explicaba en qué punto se encontraba el mercado en un reportaje que Microhobby[19] hizo sobre el tema en diciembre del 86: "La piratería del *software* se ha cargado, por usar un termino definitivo, la comercialización del mismo [...], el escalón de distribución". Para el comercial, a mediados del 85 fue cuando la actividad del Rastro comenzó a hacer mella en los intereses de la industria.

Impotente ante la situación, Paco Pastor optó por pasar a la acción y presionar a las autoridades para atajar el problema por las malas. "Intenté, y ahora me doy cuenta que de forma estúpida, que se

legalizara el tema del videojuego. Recuerdo dos o tres redadas en el Rastro en Madrid, no recuerdo si se hizo alguna en Sant Antoni. Tenía que defenderme porque estaba importando un producto por el que pagaba una barbaridad[20] y me encontraba con que me estaban destrozando el mercado. Y lo más gordo, las vendían a quinientas o setecientas pesetas. ¡Coño! A ellos no les costaba nada. Nada. Estaban ganando fortunas mientras nosotros estábamos hacíamos todo el trabajo sucio: importábamos el producto original y lo publicitábamos. Era una locura".

De las primeras redadas hay testimonios en las revistas de la época[21][22][23]. Eran los primeros meses de 1986 y el propio Abraxas, desde el otro lado, sufría en sus carnes los movimientos de Pastor. "Las compañías hicieron mucha presión y al final convencieron a algún estamento –aclara Villas–. Pero no había una legislación[24]. De hecho, hoy, copiar un juego no es ilegal. Nunca lo ha sido, por lo que no tenían argumentos por la parte judicial".

Visto que con pequeñas escaramuzas no había manera de intimidar a los gerifaltes del Rastro, la policía organizó una gran redada en julio del 86 de la que incluso El País[25] se hizo eco. "No me llegaron a detener, me incautaron toda la mercancía y me hicieron pasar por los juzgados de Plaza de Castilla a declarar. Nada más, porque no había ninguna ley en la que basarse. Era un método coactivo, de fuerza bruta contra chicos de veinte años", sostiene Abraxas.

Ese puñado de jóvenes no estaba acostumbrado a la dureza policial de tiempos pasados ni era la muchachada que se había habituado al contacto con las fuerzas del orden no tantos años antes. "Cuando comenzó la presión policial realmente se hizo difícil vender porque había mucha vigilancia. El despliegue de policías que hubo ahí no lo he visto ni en acontecimientos peligrosos para la sociedad. Una plaza de no sé cuántos metros cuadrados totalmente rodeada por policías. Creo que había cuatrocientos, ni siquiera en un partido de futbol había ese despliegue. No sé cómo lo consiguieron. Te sorprendía porque, en cierta medida, tenías la certeza de que no estabas haciendo nada ilegal. Otra cosa es que no fuera ético. Pero ilegal, no. No hubo juicio y nunca se procesó a nadie porque no había ninguna ley con la que sustentar eso y se convocó una asamblea con los principales vendedores del Rastro. Continuar allí no era factible".

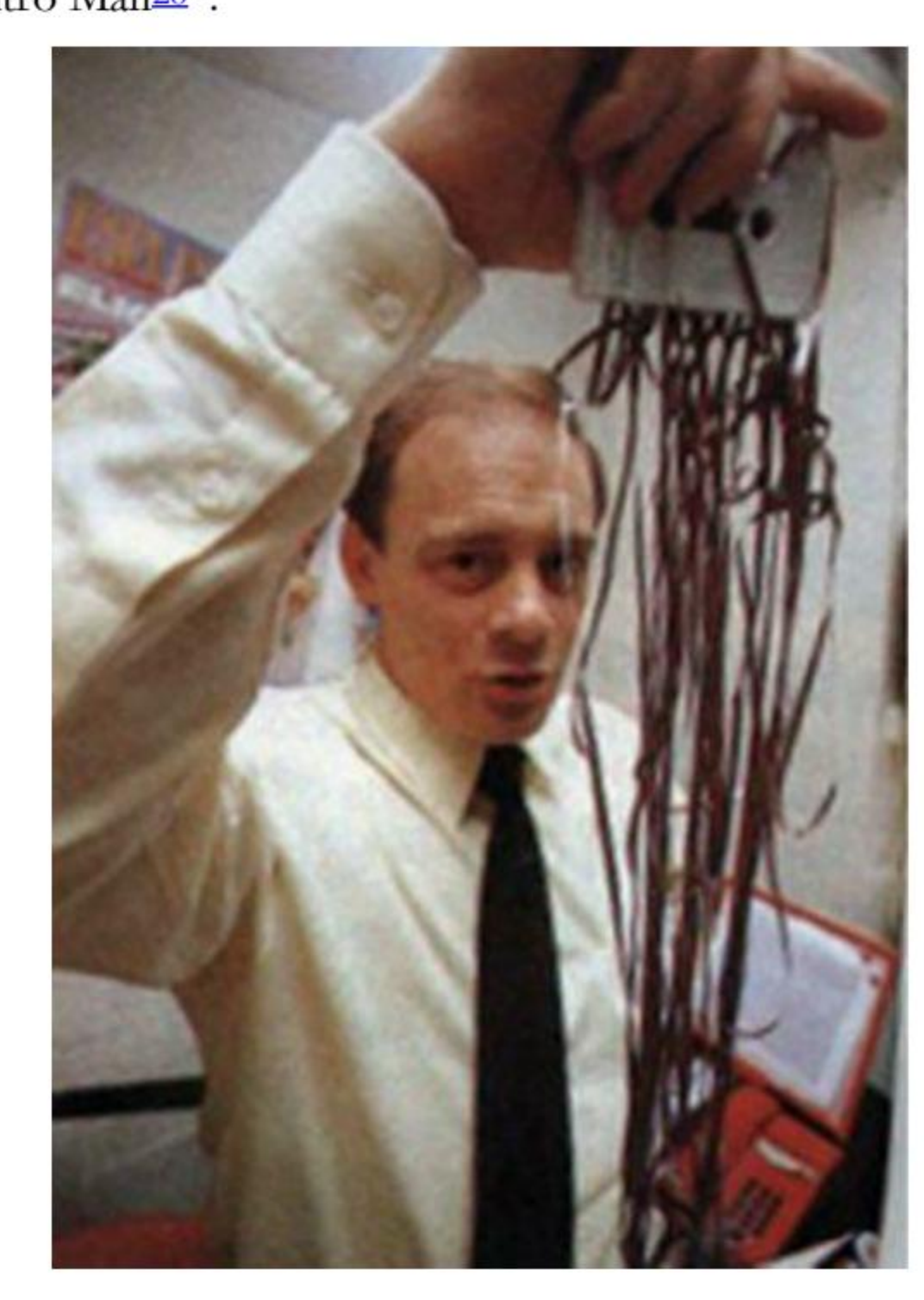
El antiguo pirata creía hace treinta años y cree ahora que la piratería no estaba destrozando a la industria española sino que era, y es, una medida que fomenta el consumo de ordenadores y periféricos. "Es un negocio que se retroalimenta. Si no hubiera piratería, el mercado no hubiese crecido de la manera exponencial que creció. Y cuando existe un mercado que crece exponencialmente, aparece la piratería. Pero esta ayuda, en cierta medida, a las ventas legales por un lado o por otro. La máquina siempre la tienes que comprar, no la puedes piratear. Los periféricos tampoco. A la gente, a fin de cuentas, le gustan los juegos originales. Creo que el problema fue una cuestión de precios".

El plan de Pastor funcionó en cierta medida[26]. Si bien el grueso de los tenderetes del Rastro siguió con su actividad, los cabecillas del lugar, entre los que se encontraba Abraxas, decidieron pasarse a la alternativa legal con apoyo de la misma ERBE, que optó por una segunda fase en su lucha contra las copias ilegales. "ERBE vio la posibilidad de 'utilizar' a los cuatro o cinco principales que estábamos allí para acabar con la piratería desde dentro y vender originales al precio de piratas –relata Abraxas–. Comenzamos a vender originales en el Rastro, éramos el vehículo de ERBE, que nos vendía sus juegos antiguos de liquidación. Fue un éxito rotundo, un negocio espectacular. Vendíamos como rosquillas, a quinientas pesetas, los juegos más rocambolescos o más raros que nunca se hubiesen vendido en una tienda normal porque la gente estaba ávida de títulos".

La maniobra del Rastro, de la que Microhobby fue testigo[27], la confirma Pastor como un intento para liquidar el problema desde dentro. "Visto que era prácticamente imposible acabar con la piratería del

Rastro, decidí que lo mejor era conseguir entrar con producto original en las redes piratas para acabar con una trama que estaba imposibilitando el desarrollo de la comercialización de los videojuegos en nuestro país. Me reuní con los que manejaban el cotarro y les ofrecí producto original sobrante de nuestros almacenes a un precio muy bajo a cambio de que no vendieran copias. Junto con la bajada de precios, creo que fue una de las decisiones más acertadas que tomamos y ganamos un canal de distribución que se demostró muy importante. El producto era de muy difícil salida: juegos ya descatalogados o que habían sido éxitos en su momento y habían alcanzado el límite de ventas por los circuitos normales".

Con el empujón que le suponía el negocio junto a ERBE y el desánimo que apareció entre los cabecillas por los problemas con la policía, Abraxas y otros compañeros decidieron pasar al otro lado de la barrera. "Aunque seguimos en el Rastro, montamos una tienda. Como nos gustaba el negocio y no podíamos vender ni por la vía alegal ni la ilegal, decidimos ir por la legal. Juntamos nuestros ahorros y montamos una tienda. Así fue como empezó a crecer One Way, que fue la semilla de lo que sería Mailsoft, que luego fue Centro Mail[28]".



Paco Pastor, uno de los máximos responsables de la bajada de precios

Pero voy a dejar a Abraxas y a One Way Software por un momento, ya que la tienda tendrá su cuota de protagonismo cuando siga hablando de Opera Soft.

Vuelvo con Pastor que, pese a haber intentado acabar con el problema por la vía policial primero, y haberlo intentado uniéndose a los piratas, veía que sus opciones de sacar adelante una industria del videojuego en condiciones se agotaban. El colmo del asunto era el sufrimiento de los que alimentaban

esa industria, las casas de *software*, que no podían crecer de ninguna manera con las ridículas cifras de venta, como recuerda Pablo Ruiz.

"Llegó a un muy mal punto cuando nos profesionalizamos, como Opera. ERBE había dado un salto muy grande y también se había intentado profesionalizar. Todos lo habíamos hecho y el mercado se caía por el tema de las copias. ¿Quién iba a pagar 2.100 pesetas por un juego? A la gente le parecía una barbaridad, pero era el precio que habíamos pactado con ERBE y al que vendíamos nuestros juegos: 1.800 *Rocky* o 2.100 *Abu Simbel*, por ejemplo".

El elevado precio era el quid de la cuestión y estaba en boca de todos: productores, piratas y prensa. "La piratería es la culpable de que los precios sean altos", aseguraba Paco Pastor en el reportaje de Microhobby al respecto. En Dinamic, en el mismo texto, un miembro sin identificar argumentaba esa idea: "Si una productora de *software* vende muchos menos programas de los que debería vender en una situación legal, […] el precio del *software* es alto. Como cada vez se venden menos copias, porque la piratería avanza, el precio de este *software* no puede bajar. Si no hubiese piratería se venderían más copias, al darse esta situación los productores dirían: pues ahora yo bajo mis precios y a igualdad de calidad me llevo el gato al agua". El dueño de Micro 1, una tienda de informática de cierta relevancia, daba incluso cifras: "Sería muy necesario bajar el precio de los programas en un 40 o 50 por ciento, […] poner el precio rozando las mil pesetas".

Otro miembro de Dinamic, Jesús Alonso, aportaba otro dato en el reportaje aparecido en El País Semanal para justificar el sinsentido del sablazo que sufrían los compradores: "Son inexplicables nuestros altos precios de videojuegos cuando en el Reino Unido salen a un equivalente de ochocientas pesetas".

Dos piratas sin identificar también hablaban de la relación entre los precios y la piratería en dicho reportaje: "Deberían bajar, la gente no se puede permitir dar 2.000 pesetas por un programa y que luego cuando llegue a casa sea un fracaso. […] Sería una forma de acabar con la piratería, […] creo que la única".

La guinda al pastel la ponía la prensa. En un informe aparecido en uno de los primeros números de Micromanía[29], la revista hacía de la medida su caballo de batalla para acabar con esa lacra. La cabecera repetía los argumentos que ya he expuesto: el precio era elevado ("que el *software* es caro es algo que ningún usuario ha puesto nunca en duda") y la solución para acabar con el mercado negro era una bajada de precios ("habrá que esperar a que alguien comprenda por fin que a precios más bajos casi nadie copiaría programas").

Todos los caminos apuntaban a un único destino. Llegado a ese punto, a Pastor no le quedó otra que tomar la decisión más importante y más difícil de esa década: reducir el precio de los juegos y bajarlos de las 1.800 – 2.100 pesetas hasta las 875, una reducción de casi el 60%. "La persona clave es Paco Pastor, fue quien lo pensó, lo ideó y quien lo puso en marcha", recuerda Pablo Ruiz.

Fernando Rada, que ya trabajaba en Zigurat como distribuidor, y con un negocio que mantener, recuerda que con una piratería que se cebaba con cualquier expectativa de sacar un proyecto adelante, esa era la única salida: "El impacto empezaba a ser gordo y era una decisión que se tenía que tomar".

NO en ERBE, no estamos locos,

...y por eso hemos comprendido que teníais razón; los (buenos) juegos de ordenador eran muy caros.

Asi que nos fuimos a hablar con la gente de US GOLD, OCEAN, IMAGINE, HEWSON, DURELL, MELBOURNE, GREMLIN... bueno ya sabeis, todos los que "parten el bacalao" en el mundo de los juegos, para convencerles de que bajaran sus precios en España.

Y fíjate si lo hemos logrado, a partir de hoy puedes conseguir todas las últimas novedades y los mayores éxitos de las más importantes compañías inglesas por sólo 875,–ptas. es decir, la mitad de lo que cuestan en el resto de Europa.

Corre a tu tienda y pide más información de los juegos distribuidos por ERBE y sus nuevos precios, verás como ya no vale la pena "copiar" los programas, porque a partir de hoy:

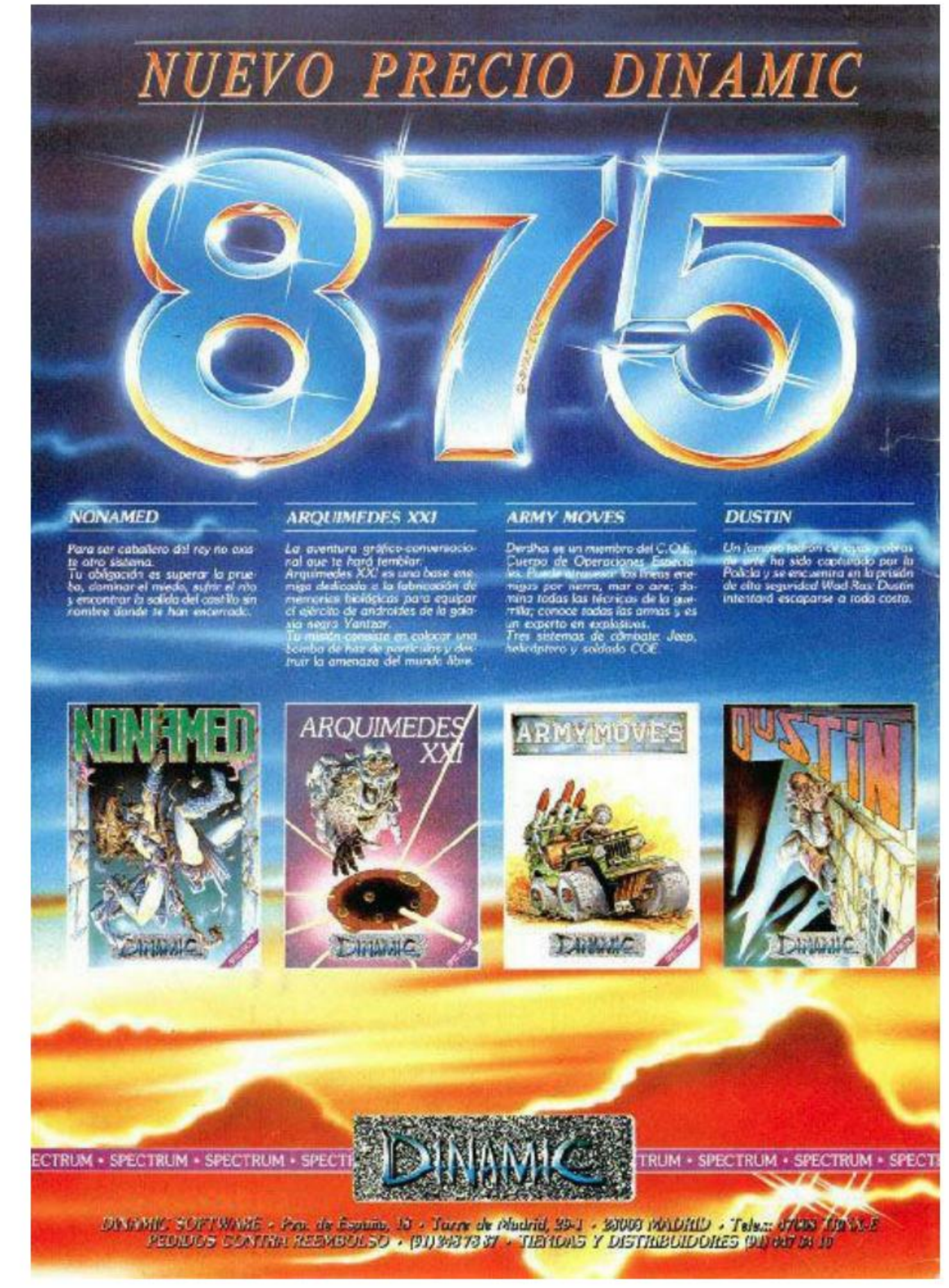
Ser original te cuesta muy poco

875 ptas.

Si no encuentras el catálogo de los juegos Erbe en tu tienda, envíanos 50 ptas. en sellos de correos a Erbe, C/. Santa Engracia 17 - 28010 Madrid y lo recibirás en tu domicilio.

Publicidad con la que ERBE anunciaba la bajada de precios.

La medida de Pastor era la única salida después de todos los intentos anteriores. "No tardé ni tres meses en darme cuenta de que era imposible aguantar ese mercado –admite el antiguo responsable de ERBE–. Entonces dimos el salto cuantitativo y cualitativo". El primer movimiento, dejar de comprar producto final para producirlo en nuestro país, un paso indispensable para afrontar la bajada de precios y mantener los ingresos. "Teníamos que buscar otro sistema y para hacerlo necesitábamos la autorización de las compañías originales. Al fabricar en España nos ahorrábamos el coste del producto original, los costes de importación, los transportes, los impuestos de importación, que eran una burrada, un treinta y tantos o un cuarenta y tantos por ciento… Todo. Nos permitía reducir el tamaño de la presentación, hacerlo como los piratas, en un casete con sus instrucciones y bien presentado. Así pudimos hacer una reducción drástica y venderlo prácticamente al mismo precio que en el Rastro. Fue un hito".



Dinamic también hizo su propia campaña para la bajada a 875 pesetas.

La batalla no iba a ser fácil. Para el mercado inglés, principal productor del continente, las ventas de España no le suponían una gran parte del pastel. Podría parecer que la negociación fue plácida pero la resistencia fue férrea:

"Con los primeros que hablamos en Inglaterra fue con Ocean, que eran los más fuertes. Me reuní con David Ward y Jon Woods, los propietarios, y les decía que les íbamos a pagar una libra de *royalty* por cada juego. Para ellos era como el 30% de lo que recibían hasta ese momento. Sin embargo, les garantizamos que íbamos a vender, como mínimo, cinco veces más de lo que vendíamos. Fue un día durísimo de negociaciones, de convencerles con números, de que la situación en España era una locura, que no era normal. Llevamos las cifras del parque instalado en España y de lo que importábamos. Defendíamos su producto y su marca y no conseguíamos nada más. ¿La idea? Poner el precio a 875 pesetas".

Para llegar a ese extremo, el directivo de ERBE necesitaba que las grandes casas inglesas le cedieran el control de su producción en España, un país que ya en 1986 tenía la etiqueta de pirata. La desconfianza era palpable: "Tenían dos temores. Primero, si fabricábamos en España ¿quién les garantizaba que íbamos a declarar todas las copias que hacíamos? Porque España entonces no estaba vista como Gambia, pero sí como Marruecos. No éramos el sur de Europa, éramos el norte de África. Nos veían como a Marruecos: estos tíos son piratas por naturaleza. Para quitarles ese temor me valí de mi pasado en CBS. Íbamos a duplicar en CBS, producir en la fábrica de CBS España. Nosotros hacíamos el pedido y ellos pasaban las órdenes de fabricación a CBS, la multinacional americana. Obviamente, no iba a haber falsificaciones y yo no podía fabricar por otro lado. Ese temor se les quitó".

Solventado el miedo a que Pastor se pudiera forrar a dos manos fabricando copias de los títulos ingleses a mansalva (tanto para el mercado legal como para el ilegal), quedaba por sortear otro problema derivado de una bajada de precios que no iba a tener parangón en todo el continente.

"El segundo temor era la importación paralela. Evitar que el producto que vendíamos a 875 pesetas se extendiera por Europa porque el resto del continente vendía más caro y no había piratería. Les convencí de una manera muy sencilla: la presentación iba a ser distinta, en casete; las instrucciones vendrían sólo en español y, tercero y era cierto, controlábamos nuestra distribución. Yo sabía cuánto me pedía un mayorista o una tienda y sabía cuánto me iba a pedir con el cambio. Si Sinclair Store, que era muy importante en Madrid, me compraba veinticinco juegos y después me pedía 3.500 o 25.000, evidentemente no se los iba a servir. Con El Corte Inglés no tenía problema porque no iba a hacerlo y un mayorista lo mismo".

Explicado en unas pocas páginas parece muy fácil, pero Pastor tuvo que sudar sangre para conseguir que Inglaterra diera el visto bueno. Y lo dio: "Los convencimos y firmamos el contrato. Una vez que Ocean e Imagine, que eran la misma compañía, la más fuerte, firmaron ese acuerdo, el resto lo aceptaron. Más tarde firmó U.S. Gold. Con todos hicimos una amistad enorme, veraneaban en nuestras casas, en Alicante o Palma de Mallorca. Una vez que los tres fuertes firmaron con nosotros, todos los demás se vieron obligados porque, si no, perdían el mercado español".

ERBE había conseguido el visto bueno de los gigantes del videojuego europeo para vender sus juegos al precio que la distribuidora considerara adecuado. Ni eran las 1.800 pesetas que costaba una novedad ni una rebaja sensible que se podía interpretar como un parche de urgencia para parar la hemorragia. No. A ERBE le tocaba ser ambiciosa y jugarse el todo por el todo si quería dar un golpe en la mesa y

hacer de su negocio una alternativa con cara y ojos. Vaya, que Pastor se encontró en una tesitura parecida a la de José Luis Domínguez en su primer encuentro con Alan Sugar. La cifra, que también conocían los británicos, tenía visos de ser la más razonable. Razonable dentro de la locura que parecía el planteamiento de Pastor desde fuera.

"Encargamos un estudio de mercado, porque en aquella época no había nada, para saber la razón por la que la gente no compraba y cuál sería el precio que consideraban justo por un producto. Cuánto pagarían por un videojuego. Salió por debajo de las mil pesetas y recuerdo que lo bajamos a 875. Fue un estudio cuantitativo, no sabría decirte sobre el universo que se hizo, pero era muy fiable. Ese dato lo llevamos a nuestras negociaciones a Inglaterra, donde fuimos a por todas. El mercado era un 'negocito' en el que se podía estar, pero no era lo que nosotros queríamos".

Dro, una de las principales deistribuidoras, fue un paso más allá y creo una línea a 499 pesetas.

¿Cuáles eran los motivos por los que la gente no compraba originales? El estudio desveló que solo había una única razón: "El precio –admite Pastor–. Era el precio. La misma razón por la que la gente

hoy no compra música. Por el precio. Dales otro y verás si compran. Tuvimos la visión de anticiparnos, porque si hubiera pasado más tiempo habría sucedido como con la música, que la gente ya tiene el hábito. Le da igual que le digan que en iTunes lo puedes bajar por sesenta céntimos. Me da igual, me lo bajo por todo el morro en cualquier otro lado o me conecto a Spotify y escucho la música que quiero sin pagar un duro. Ya has deformado tu percepción del negocio. Lo hicimos en el momento que teníamos que hacerlo. Si no, el videojuego no habría salido adelante ni de coña".

El movimiento, que Pastor hizo por su cuenta, obtuvo el apoyo inmediato de Dinamic, principal estudio español. "Paco hizo un trabajo, en mi opinión, de una profesionalidad máxima –opina Pablo Ruiz–. Yo he tenido mis más y mis menos con él, pero le admiro. Hizo un estudio de mercado brutal que puso a disposición de toda la industria porque quería que fuera de toda la industria, no sólo de ERBE. Eran una serie de encuestas cuantitativas y cualitativas. A este precio qué prefieres, original o pirata (alza un brazo y comienza a bajarlo) y por la otra parte al revés (baja el brazo y comienza a subirlo). Se llegó a un punto (iguala los dos brazos) y salió el precio mágico: a 875 pesetas lo prefiero original aunque lo tenga pirata. El estudio de mercado lo sufragó ERBE y lo puso a disposición de todo el mundo".

La admiración de Pablo Ruiz por la figura de Pastor y por la bajada en sí es patente a poco que le dejas explayarse sobre el tema: "El 80% de lo que sé de marketing no es por los muchos títulos que tengo, lo aprendí en directo en las reuniones que tuve con Paco Pastor. Era una máquina del marketing, una máquina total. La mayor operación de todas, la bajada de precios, hay que enmarcarla en los anales del marketing porque no se hizo en ningún lugar del mundo. Se dio por primera vez a los jugadores lo que querían, funcionó de maravilla. La Edad de Oro no habría existido sin eso. Generó el dinero suficiente, pero nadie se hizo rico. Éramos empresitas: Opera era una empresita, Dinamic era una empresita y había que pagar las facturas".

La cifra mágica, 875 pesetas, comportaba un riesgo máximo. Si la jugada no salía todo lo bien que debía, las incipientes compañías del *software* español se iban a ir por la borda. "Había un riesgo brutal que decía que las cuentas no salían si no aumentabas las ventas 2,5 veces", recuerda el líder de Dinamic.

El 29 de enero de 1987 Pastor convocó a los medios para soltar la bomba que, de inmediato, tuvo eco en la prensa especializada[3031]. En dicha aparición, señalaba que la bajada era necesaria para establecer "unas bases sólidas para la industria del *software* en nuestro país". El mismo Pastor cifraba la venta de originales en esa rueda de prensa en torno al "dos por ciento".

Microhobby, famosa por hacer de la lucha contra la piratería una de sus banderas, saludaba con júbilo la medida y condensaba en un párrafo el gran cambio que suponía para el comprador de la calle. "La adquisición de copias piratas va a perder […] gran parte de su sentido. La lógica hace suponer que el usuario va a tenerlo muy claro a la hora de elegir entre adquirir una copia en pésimas condiciones o, pagando un poco más, conseguir un original con garantía de carga, instrucciones completas del juego y carpeta de presentación". Quien más, quien menos, todos hemos tenido algún juego pirata en nuestras manos. Se podrá estar más o menos de acuerdo en el tema, pero Microhobby tenía más razón que un santo. En 1986, en 2012 y en el 2050.

Pero no todo fueron alegrías desde el día uno. Pastor, impulsor de la bajada, vio las orejas al lobo cuando anunció la medida y recibió los primeros encargos de las tiendas, que no las tenían todas consigo. "Cuando la anuncié a los grandes clientes, las grandes superficies, Pryca, que ahora es Carrefour, o El Corte Inglés, no me encontré a unos clientes diciendo, ¡qué buena idea!, ¡qué bien! Me dijeron:

— "Oye, macho, ¡que me dejas un margen ridículo!"

"Si antes los juegos se vendían a 2.000 y yo les hacía un 40% de descuento sobre el precio de venta, ellos ganaban ochocientas pesetas."

— "Me estás contando una maravilla, pero por cada juego vendido a 875, IVA incluido, me van a quedar trescientas cincuenta pesetas de beneficio".

"No me encontré con una receptividad maravillosa para la idea. Después de toda esta movida, llegué con el nuevo catálogo y su primer pedido fue tal que así:

— "Venga, en lugar de quince mándame veinticinco, y en vez de diez, quince".

Vi las facturas… ¡coño! Donde antes facturaba 30.000 en cifra bruta, ahora facturaba 20.000 y vendiendo a menos de la mitad", resopla.

La bajada tuvo un efecto casi inmediato en el mercado español. La jugada maestra de Pastor no sólo salió bien; desbordó las expectativas más optimistas del empresario. "La sensación [de miedo] duró realmente nada, quince días, porque en cuanto recibieron el pedido y les voló…

— "¡Mándame veinte! ¡Mándame cien! ¡Mándame mil quinientos!"

Nuestro problema era de fabricación. Fabricábamos en Madrid, en un polígono industrial en Alcorcón y allí se hacían todos los discos y casetes de CBS: de Julio Iglesias a Billy Joel. Recuerdo que un año tuvieron que retrasar dos semanas el lanzamiento del artista más importante que había entonces, que era Julio Iglesias, porque la fábrica no daba abasto para fabricar un millón de cintas que tenían comprometidas y que debían entregarme en una fecha concreta. Se desmadraron las ventas, pero al principio no fueron felicitaciones lo que recibí", recuerda Pastor.

En esas dos semanas de incertezas y angustias, el mundo del *software* español tuvo todo tipo de opiniones hacia la medida[32]. Voces a favor (estudios como Dinamic, distribuidoras como Proein y Dro, o tiendas como Chips & Tips) y otras que preferían no subirse al carro (Opera Soft, Zafiro, Serma, Mind Games). El blanco de las declaraciones siempre era el mismo, Pastor.

"Cuando bajé los precios me insultaron, me llamaron de todo y me dijeron que me estaba cargando el mercado, aunque no lo hubiera. ¿Quién me decía eso? Los que estaban para dar el zapatazo: compro esto por cinco y lo vendo por quinientos. Aunque venda diez me llevo una pasta. Y nosotros lo que queríamos era crear industria, empresa, negocio, volumen. Prefería ganar. Igual que Dinamic. A ellos les interesaba y el éxito de la industria fue para todos los que estábamos en el mismo barco. Crear industria, que no existía, y ganar dinero. Pero ganar dinero, no a corto plazo, sino con unas miras puestas muy a largo plazo. Los que se unieron en esta historia lo conseguimos".

Como dice el responsable de ERBE, y la misma Microhobby certificaba, Dinamic apoyó en todo momento la medida aunque hubiera voces en contra. "Una parte del mercado estuvo de acuerdo y otra parte lo concibió como un movimiento… –Pablo deja entrever que muchos de los que se opusieron a la medida lo hicieron por entender que suponía la entrega del mercado de la distribución a ERBE–. La compañía de Pastor era prácticamente un monopolio por lo que si bajaba el precio, estabas obligado a hacerlo o ir a un enfrentamiento brutal. Lo entiendo, pero yo estaba totalmente de acuerdo con Paco, habíamos tenido reuniones y trabajé con él durante todo el proceso de encuestas".

Made in Spain llevaba un año con su propia distribuidora, Zigurat, y tuvo que acogerse a la bajada por narices. Aunque Microhobby no les dio voz en su momento, sus opiniones divergen. Para Fernando Rada fue un movimiento acertado, aunque supusiera un marrón considerable: "Al final era un tema de mercado. Fue positivo que se vendiera mucho más y se llegara a mucho más público. Se generó una masa crítica que compraba juegos. Fue un acierto, aunque nos sentó mal porque no éramos conscientes sin la

perspectiva. Bajaban los precios y no sabías si realmente ibas a vender más producto. Te acojonaba un poco, pero no nos quedó otra. El canal de distribución era ése y también confiábamos en que ERBE no iba a tirar piedras contra su propio tejado. Si lo hacía era porque se suponía que controlaba las ventas y que ese estudio lo tenía claro. Eso iba a repercutir directamente en nosotros. La decisión generaba bastante incertidumbre pero visto en perspectiva creo que fue acertada".

Charlie Granados no opina lo mismo. "ERBE soltó una bomba, bajó el precio de los juegos y nos pilló al resto de compañías con los pantalones bajados porque no habíamos hecho las cuentas para esos precios. Teníamos mucho *stock* fabricado, ventas realizadas a otros precios y durante un tiempo intentamos resistirnos. Pero no había forma. Si la gente se encontraba con unos juegos que eran igual de buenos que los nuestros y costaban la mitad, compraban los de ERBE. Fue muy poco después de que empezáramos a vender como Zigurat y fue un golpe bastante fuerte para nuestras perspectivas comerciales. Empezamos vendiendo muy bien, pero nuestras ventas cayeron un montón y no hubo forma de sacarlas adelante".

El principal problema que Granados encuentra a la bajada fue que el mercado perdió parte del potencial creativo que había exhibido hasta el momento: "ERBE se hizo con el mercado. Pasó a tener una posición casi monopolística, tenían mucho poder en el sentido de elegir qué juegos salían, cuándo lo hacían y cómo se vendían. Los monopolios siempre han sido malos porque evitan que otras cosas salgan adelante. No acabó con el videojuego español, a lo mejor lo hizo con ciertas perspectivas creativas. No te podías permitir experimentos al depender de un distribuidor. Como tenías que pasar por su canal ibas dictado por lo que les gustaba y les interesaba".

Dicho esto, Granados tampoco duda en dar la razón a Pastor y certificar que la bajada cumplió con su objetivo, crear un mercado sólido: "El número de ventas aumentó un montón y ayudó a despegar al mercado, que se convirtió en una cosa muy importante. Tuvo su parte mala y su parte buena, y su lado positivo animó a comprar juegos a mucha gente que con otro precio no se animaba a hacerlo. Los piratillas, con este precio, sí se animaron a comprar".

Opera siempre fue la más escéptica de las grandes compañías ante la bajada de precios. En su momento, declararon a Microhobby que tenían sus "reservas" a la hora de afirmar que los usuarios responderían "tan favorablemente" como para triplicar la venta de originales. Esas eran las cifras que harían rentable el cambio, según los impulsores de la bajada. Pero incluso veintitantos años más tarde, los antiguos miembros siguen teniendo esas reservas sobre las bondades de la medida.

"Era lo comido por lo servido –asegura Pedro Ruiz–. A nivel de los productores, los que hacíamos el *software*, probablemente vendíamos un poquito más en cifras, en dinero, pero tampoco vendíamos mucha más cantidad y ganábamos menos dinero. Sí se redujo la cultura del pirateo: la gente no lo hacía porque no pudiera comprar, si lo hacía era porque le daba la gana. Pero, a cambio, nosotros ganábamos más o menos lo mismo. De vender mil copias a 2.100 a vender diez mil a 875, al final era casi lo mismo. No creo que influyera. Influyó que bajara la calidad de las presentaciones, antes hacías cajas inmensas, instrucciones a todo color y al final vendías el casete puro y duro por 875 pesetas. Si te ponías a descontar el 60% de margen que tenía El Corte Inglés, lo que costaba producirlo, publicitarlo… Tardabas seis meses en desarrollarlo, mas las versiones. Al final, de cada casete te llevabas cien pesetas[33]. Vendías 5.000, pues 500.000 pesetas."

Pese a las reticencias de Opera que Pastor asegura no haber entendido nunca –"estaban en la misma situación que Dinamic", recuerda–, el estudio se tuvo que subir al carro del *software* barato. No fueron los únicos. Ante el éxito de la medida, otras distribuidoras que de primeras no quisieron bajar precios, como Dro, se vieron obligadas no sólo a hacerlo sino a contraatacar con medidas feroces, como vender

juegos de gama barata por quinientas pesetas, para ganar su parte de pastel[34].

Pero también hubo quien dijo, y mantuvo, que la medida era un completo disparate. Serma, distribuidora a nivel nacional, no confiaba en que Pastor fuera capaz de evitar el éxodo de copias hacia mercados extranjeros, lo que repercutiría en conflictos con los estudios británicos. Con los años, Serma desapareció del panorama del videojuego español antes incluso que los grandes estudios de los 8 bits y Microhobby, en su esquela, recordó al distribuidor que su apuesta había sido equivocada: "Lo caro, a la larga, no sale barato[35]".

Quien sí estaba convencido de la necesidad de la medida era la prensa. ZX, en su primer editorial tras el anuncio, aplaudía la decisión: "Siempre hemos argumentado que sólo un cambio de mentalidad en el consumidor y el fabricante, unido a una reducción de precios considerable, podrían salvar a este mercado de la lacra de la piratería[36]".

¿Cuál fue la consecuencia directa de la bajada a las 875 pesetas? "De vender mil unidades de un *Rambo*, pasamos a vender 100.000 y 150.000 –enumera Pastor–. ERBE se convirtió en el primer mercado por ingresos de todas estas compañías. Los ingresos por *royalties* que recibían de España eran superiores a lo que recibían de cualquier otro país. Pero superiores en mucho, pasamos a ser el mercado más importante de Spectrum, aparte de Inglaterra. Y no sé qué decirte a nivel de rentabilidad, porque en España se olvidaban de todo. Ponían el máster y nosotros corríamos con todos los gastos: fabricación, marketing, publicidad. Éramos el primer anunciante y fuimos la primera y creo que única compañía española que hizo campaña de televisión[37]".

Para hacernos una idea de lo que creció ERBE, la cosa llegó a tal extremo que la distribuidora tuvo que crear una segunda firma ya que había estudios extranjeros que no querían salir a la venta bajo el mismo sello que sus competidores directos.

Hicimos una segunda distribuidora, MCM[38] –explica Pastor–. Elite, el de *Commando*, tenía una rivalidad a muerte con Ocean y también eran muy fuertes. Los distribuía Zafichip, que era la compañía que había creado Zafiro, y creamos MCM porque Elite sólo nos ponía un inconveniente: no quería estar en el mismo sello que Ocean. Distribuimos Elite en un principio y luego muchas más compañías[39]".

Las siglas MCM también tienen su propia leyenda y, por una vez, la rumorología acierta. "Si te digo por qué pusimos esas siglas no te lo vas a creer… ¡Era de cachondeo! Me acuerdo y me río. No teníamos nombre, y hablando con la directora, María Jesús López, que años más tarde sería una de las responsables de Sony España, le dije:

— "Va a ser *o Meilhor Companhia do Mondo*", ríe.

"Y así se quedó. Lo decíamos en portugués… esa es la historia".

Aunque Pastor recibió elogios por parte de casi todos los sectores después de la bajada –"¡Hombre, claro, nos ha jodido! A toro pasado todo el mundo era feliz", replica–, también se le hicieron dos grandes críticas. La primera, con la bajada de precios ERBE se había hecho con el monopolio de la distribución en España.

"La intención no era hacer un monopolio. Tampoco entiendo cuando se dice que nos cargamos al resto de la distribución. ERBE ya era muy grande antes de la bajada de precios, era el 80% del mercado, así de claro, porque teníamos al 80% de las productoras[40]. Cuando bajamos los precios no lo hicimos con la idea del monopolio, sino para crear un mercado duradero. Hablamos con Dinamic y les pareció extraordinario. Los que estaban seguros de su objetivo final y de su producto no sólo no tuvieron ningún miedo sino que dijeron: adelante. La jugada era muy buena en ese sentido, crear una industria y

un mercado".

La segunda gran crítica a las consecuencias de la bajada fue la reducción de los márgenes con los que tenían que trabajar los estudios y que estrangulaban a las casas de *software* más pequeñas, que no tenían casi espacio para arriesgar en sus juegos: "No lo pensé, pero lo pienso ahora. ¿Cuál era la diferencia si un juego les salía mal y se pegaban la hostia? Puede ser que si lo vendían a 875 el margen era mucho más pequeño. Ante estas críticas, que las entiendo, hay que pensar una cosa: la mayor hostia de todas se la hubiera dado ERBE si en vez de vender el volumen que vendimos, hubiéramos vendido la mitad. Los primeros grandes perjudicados cuando decidimos hacer esta jugada éramos nosotros, ERBE, una compañía líder. Y ahí tenías el mercado del videojuego. Con un 80% habríamos seguido al tran tran y, oye, allí estábamos ganando mucho dinero sin ningún problema pero sin crear industria. La imagen de España en el mundo exterior del mercado de videojuegos era nula y a mí nadie me garantizaba que esta idea fuera a funcionar, no tenía ninguna garantía. Ahí nos la jugábamos todos".

Entre los que se la jugaron al todo por el todo, y ganaron, estuvo Dinamic, que vio como las cifras y los ingresos se aumentaban desde el primer momento. "El mercado se disparó. Estuvimos entre seis y siete veces por encima de lo que vendíamos, llegamos a las cien mil unidades. Fue un exitazo tremendo. *Fernando Martín* fue de los primeros a 875 y vendió 50.000. Luego ya vimos que había potencial y que la gente estaba dispuesta a comprar –apunta Pablo–. Nuestros juegos vendían 2.000, 3.000 mil copias antes de la bajada. ¡Nada!"

"El *Olé, Toro* mil y pico. Me acuerdo", acota Víctor.

"Sumando diferentes plataformas estabas entre las 10.000", aclara Pablo.

Con el precio estandarizado en las 875 pesetas, Dinamic vio la oportunidad de poner de nuevo a la venta todo el fondo de armario para hacer unos ingresos extra, como apunta Víctor: "Rescatamos todo el catálogo, se reeditó a 875. Claro, pudimos reflotar todo para la gente que no tenía bastante".

Fernando Martín. Esas dos palabras que ha pronunciado Pablo son las dos sobre las que Dinamic iba a gravitar a lo largo de 1987. El juego fue uno de los primeros superventas que nacieron al calor de la bajada y fue un éxito demoledor de ventas. Fue, también, el primero de género deportivo que se hizo en España aprovechando el tirón de una cara conocida para potenciar las ventas. Además, ha tenido asociada una polémica que ha arrastrado a lo largo de los años entre los hermanos Ruiz y los creadores del juego, dos hermanos que compartían apellido con el malogrado pívot español.

15. Uno de los primeros editoriales de Microhobby incidió en este punto: "Hoy por hoy, vender entre ochocientas y mil copias de un programa para Spectrum (por citar el ordenador más difundido en nuestro país), se considera ya un éxito más que notable, y aún no se conoce ningún título que haya alcanzado las tres mil unidades de venta". Microhobby, n. 15, p. 3.

16. Por contra, el reportaje de El País Semanal daba unas cifras ligeramente más optimistas: "Baste conocer que del videojuego probablemente más vendido de la historia española –el famoso *Rambo*– se habrán vendido 8.000 copias legales y más de 100.000 piratas".

17. De nuevo en el reportaje de El País Semanal, Camilo Cela, de Made in Spain, anticipaba las expectativas que tenían con *El Misterio del Nilo*: "Confiamos en vender 3.000 o 4.000 copias de nuestro juego, y eso sería un gran éxito".

18. ADESE es la patronal del videojuego. Sus siglas responden a Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento.

19. Microhobby Especial, n. 5, pp. 4-13.

20. En ese reportaje de Microhobby sobre la piratería se aportan algunas cifras interesantes, que de nuevo revela el responsable de Sinclair

Store: "El precio medio de compra de un juego en Inglaterra puede ser de 1.100 ptas., como muy bajo de 850 ptas., a este juego en el momento en que se paguen aranceles y demás le encarece un 50 por 100 lo que nos lleva a un precio de compra de 1.300 ptas., aproximadamente. A eso el importador le tiene que meter un margen de comercialización y luego en el punto de venta final se le ha de meter otro porque una estructura mínima comercial que se precie no puede trabajar con menos de un 20 por 100".

21. "28 piratas detenidos en el Rastro madrileño". Microhobby, n. 70, p. 4.

22. "Otra batalla ganada a los piratas". Microhobby, n. 93, p. 6.

23. "Otra derrota inflingida a los piratas de programas de ordenador". Microhobby, n. 103, p. 4.

24. La primera Ley de la Propiedad Intelectual (Ley 22/1987) que se hizo en España no entró en vigor hasta noviembre del 87.

25. "Incautadas en el Rastro 14.000 cintas de vídeo, valoradas en 18 millones". El País, 18 de julio de 1986.

26. De nuevo, en el reportaje sobre la piratería del especial de Microhobby, el dueño de Sinclair Store aporta una valoración sobre el éxito de las campañas policiales: "Quizás en las primeras dos semanas se notó algo que yo no me atrevería a decir si fue casualidad o no, pero nos encontramos prácticamente igual". Microhobby Especial, n. 5, pp. 4-13.

27. "Los piratas se legalizan", Microhobby, n. 109, p. 5.

28. Centro Mail se convirtió en el grupo de tiendas de videojuegos más importante de nuestro país hasta que fue absorbida por Game, una de las mayores cadenas del sector a nivel mundial.

29. En concreto el del número 13, de junio de 1986. "Un *software* demasiado caro".

30. "Drástica disminución en el precio del *software*". Microhobby, n. 116, p. 4.

31. "Bajan los precios", Micromanía, época 1, n. 21, pp. 4-5.

32. "Dudas, reservas y esperanza ante la bajada del *software*", Microhobby, n. 117, pp. 6-8.

33. La cifra que aporta Ruiz no la dice a la babalá. Según un reportaje de Microhobby en el que se desglosaba el precio de los juegos, el beneficio neto que se obtenía del mismo eran 108 pesetas. "¿Dónde va el dinero del *software*?" Microhobby, n. 122, p. 4.

34. A pesar de no adoptar la medida de manera instantánea, Dro se se unió a la bajada, una medida que llevaban tiempo anunciando como necesaria para que la industria saliera adelante. "Dro Soft: Bajaremos los precios de todos nuestros programas". Microhobby, n. 119, p. 5.

35. También es cierto que Serma jugaba en una liga diferente a la de ERBE ya que importaba cartuchos ROM para MSX y distribuía a clásicos nipones como Konami o Taito. Los costes derivados de la importación unidos a los del soporte en sí provocaban que la distribuidora no pudiera entrar en el juego de Pastor ya que los números no le salían de ninguna manera.

36. ZX, n. 38, p. 3.

37. El anuncio fue del *Pack Erbe 88*, que contaba con tres juegos de Topo (*Titanic*, *Coliseum* y *Chicago's 30*) y dos extranjeros: *Operation Wolf* y *Psycho Pig*. Costó 40 millones de pesetas. "ERBE anunciará varios de sus programas por televisión". Microhobby, n. 180, p. 6.

38. Entre los primeros títulos que distribuyó se encontraban *Ikari Warriors*, *Buggy Boy*, *Thundercats* o *Battleships*, aparecidos en primavera o verano del 88.

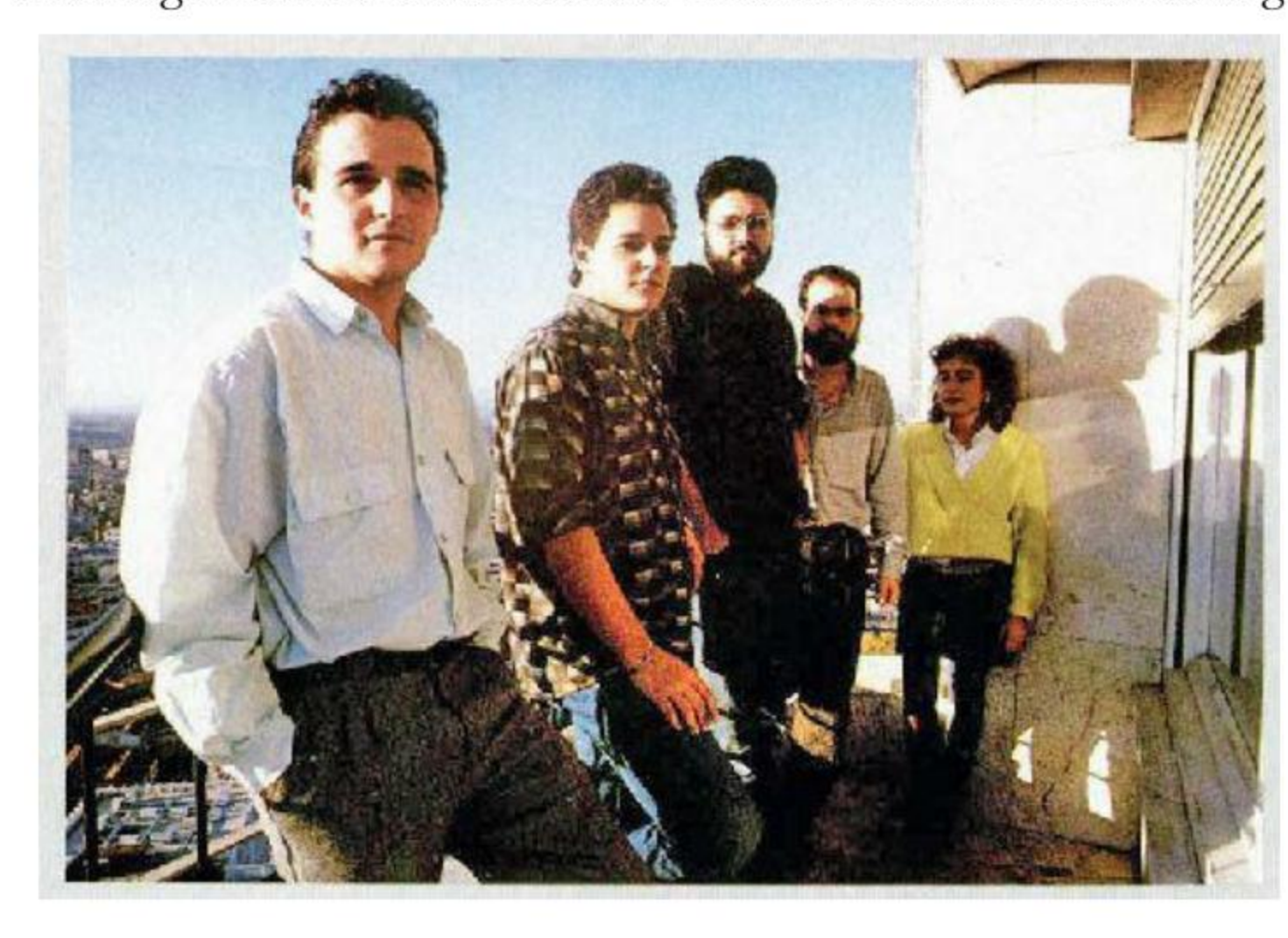
39. Opera, por ejemplo, distribuyó sus juegos con MCM.

40. Pastor: “Éramos mejores que las demás, teníamos *product managers* para cada compañía”.

Instalados en la Torre de Madrid, después del bombazo de *Army Moves* a finales de 1986, en Dinamic las cosas seguían yendo como la seda. A una plantilla de colaboradores cada vez mayor, se unía la inagotable fuente de imaginación de los hermanos Ruiz, que ya habían conquistado el mercado europeo.

Aunque el videojuego no tuviera la importancia que tiene ahora, el éxito de Dinamic llegó al extremo de valerle el premio a la Joven empresa del año de ese 87. Al galardón, que se entregaba por primera vez, optaban todas aquellas compañías que tuvieran una antigüedad mínima de tres años y un director general al frente que no fuera mayor de 35 años. Pablo Ruiz, con sus 22 primaveras, encajaba a la perfección en esa descripción. Pero lo que realmente mareaba, y le dio el premio a Dinamic, eran las cifras que estaba moviendo y que explicó así Microhobby[41].

"El jurado valoró especialmente las innovaciones de esta empresa en gestión y tecnología, entre las que destacó: la juventud de sus integrantes, ya que la media de edad del *staff* directivo es de 22 años; su crecimiento, que en el último ejercicio ha superado en volumen de ventas el 450 por 100, y el hecho de haber sabido crear una imagen de líder en su mercado mediante una adecuada estrategia de marketing".



Algunos miembros de Dinamic fotografiados en la Torre de Madrid. Se puede apreciar a Víctor Ruiz en el centro de la imagen.

Dejando de lado la nota de prensa, el testimonio de Pablo aporta, a la par que una jugosa anécdota, el contrapunto necesario para ver que, a su medida, aquel pequeño proyecto iniciado desde la buhardilla de casa había superado cualquier expectativa.

"Habíamos facturado 140 millones de pesetas. Nos presentábamos al premio, que lo había convocado

el Banco Hispanoamericano con la Asociación de Jóvenes Empresarios, y lo ganamos. Ahí estaba yo con los dos presidentes. Esas cosas me horripilan, soy un hombre de despacho pero en aquel momento habíamos firmado con un abogado y le iban estas cosas:

— "¡Tienes que presentarte!"

"Cuando lo hicimos teníamos entre manos el *Nonamed*. Lo que tenía que hacer era poner nombres a los juegos, no presentarme a esto. No tenía ningún interés y luego fue una alegría, pero no me sentía, ni me siento, empresario. No era una cuestión de dinero. Nos gustaban los juegos. El premio era una figura de diseño de aquel entonces, de tipo Cobi, de un joven empresario".

"La noche del premio salí, ligué como cabrito. Nos cogimos un ciego de cojones. Era lo que me gustaba, ¡tenía veintidós años! En el mejor momento, cuando estaba con el punto perfecto, estaba ligando con una chica que me encantaba y pusieron una canción de Simply Red. Claro, eran los ochenta. Al día siguiente tenía que dar el *buenos días España* con Luis del Olmo, que era el programa que arrasaba por las mañanas en la Cope. Todos los días, una persona daba los buenos días a España porque del Olmo lo había decidido: un bombero que había salvado una vida, un político… Pues el joven empresario que acaba de ganar el premio. A las ocho de la mañana tenía que decir unas palabras. Seguro que salí borracho. Me había ido de marcha y de repente…

— "¡Tienes que hablar en la Cope!"

"Y yo, de no haber dormido en toda la noche porque tenía que estar en la oficina, esperando la llamada. No sé ni lo que dije".

El 87, además de por la bajada de precios, que fue un terremoto para cualquier actor del sector del videojuego, fue un año importante para Dinamic porque dio lugar a su primer éxito masivo de ventas.

Con las cifras previas a la bajada, los juegos se vendían en cantidades discretas, sin llegar a superar las diez mil copias por título. Un panorama que cambió por completo a partir de la primavera de este año y que en Dinamic lo hizo gracias a un nombre propio: Fernando Martín.

Fernando Martín Basket Master, como otros juegos del estudio, no fue una idea original de los Ruiz. Era un proyecto de dos colaboradores, también hermanos y, casualidades de la vida, de apellido Martín que responden a los nombres de Julio y Gonzalo.

Primera imagen de *Fernando Martín* con la que Julio Martín logró convencer a los Ruiz para que pusieran en marcha el proyecto.

Como muchos otros chavales de la época, Julio y Gonzalo eran habituales de los 8 bits y de cualquier juego que cayera en sus manos. Uno de esos títulos que llegó hasta su ordenador fue el famoso *One on One*[42], gracias al cual tuvieron una idea para dar forma a su propia visión de un juego de basket: "Nos lo había pasado un compañero nuestro del colegio y nos gustaba, pero nos parecía que se podía mejorar. Que hubiera una sola canasta nos daba sensación de estático. A Gonzalo se le ocurrió la idea de las dos canastas y el campo completo". Dicho y hecho, ambos decidieron lanzarse a por todas y se repartieron el trabajo en compartimentos estancos: Julio se dedicó a los gráficos y Gonzalo a la programación.

"Quería hacer un juego de baloncesto de dos contra dos. Jugar con la posibilidad de que pudieras pasar y ese tipo de cosas. Y fue ya Dinamic [quien decidió] pasarlo a uno contra uno, pero no era la idea inicial", recuerda Gonzalo.

Esa idea inicial quedó plasmada en una pantalla que ideó Julio y en la que se dibujaban las líneas maestras del proyecto. Una cancha, dos canastas a lado y lado, dos jugadores y, al fondo, una grada. Si echamos la vista atrás, a principios de 1986, cuando debería haber comenzado el desarrollo de Fernando Martín (no antes, ya que la llegada de Dinamic a la Torre de Madrid fue en ese año), el baloncesto vivía una edad dorada en nuestro país después de la plata olímpica de Los Angeles 84 o el cuarto puesto del Mundobasket 82. De entre los muchos nombres que destacaban en la selección había uno, Fernando Martín, que estaba especialmente en boca de todos. Se iba a convertir en el primer español en cruzar el charco y jugar en la NBA.

Con este proyecto en mente, hacer del jugador del Madrid uno de los protagonistas del juego parecía una idea más que interesante. De hecho, Julio lo diseñó así de primeras sin que nadie se lo aconsejara. Lo que nadie supo en su momento es que el rival de Martín no era un desconocido. No. Sus rasgos son los de Gonzalo, programador del título. "La caricatura inicial era Fernando Martín y mi hermano, Gonzalo. Fue después de la medalla de plata de los Juegos Olímpicos, cuando a Fernando Martín lo contrataron para jugar en Estados Unidos", explica Julio. "Nos habían pasado un calendario con todos los jugadores del Real Madrid dibujados y lo hice basándome en Fernando Martín porque era el que más despuntaba. Era el ídolo de las niñas. Estaban todas como locas con Fernando Martín".

Casualidades del destino, los Martín vivían al lado de una tienda de informática a la que iban con asiduidad y en la que enseñaban algunos de sus proyectos. Un día, un trabajador de Dinamic se acercó a dicha tienda y vio la oportunidad de sacarle partido a ese juego de basket que los hermanos tenían en mente.

Julio lo explica con gran detalle en una entrevista que le hizo Jesús Martínez del Vas en El Mundo del Spectrum[43]: "La tienda se llamaba Micro 1 y vendía mucho más barato. […] Supongo que ese fue el motivo de que apareciera por allí uno de los miembros de Dinamic. […] Aprovechamos esta visita para enseñar la única pantalla estática que existía de un juego de baloncesto uno a uno, que enfrentaba a Fernando Martín con otro jugador. Se llevó nuestro número de teléfono y una copia de dicha pantalla para enseñarla a los hermanos Ruiz".

El éxito fue inmediato y Dinamic no dudó en mover los hilos necesarios para atar en corto el proyecto de los Martín. "Éramos muy amigos de los dueños de Micro 1, que era una tienda que nos vendía juegos –apunta Pablo Ruiz–. Nos dijeron que unos chavales habían hecho un juego y vimos que era uno de basket, un uno contra uno. Habíamos jugado muchísimo al *One on One* de Commodore 64 porque nos encantaba. Cuando lo vimos nos pusimos cardiacos del potencial".

Ya en las oficinas de Dinamic, el acuerdo con los Martín se cerró en un periquete. Además, Pablo vio

la oportunidad de implantar en España una práctica que comenzaba a ser habitual en el extranjero: fichar a una cara conocida que diera su imagen para el juego.

"Nos llamaron esa misma tarde para concertar una cita un par de días después [...]. Habían pensado en producir el juego de baloncesto –relata Julio en la citada entrevista en El Mundo del Spectrum–. Nuestra alegría fue mayor cuando nos dijeron que Pablo había tenido una revelación [...] y era pagar a Fernando Martín por los derechos de uso de su nombre, pero vieron cierto parecido al otro muñeco con otro jugador muy conocido, Epi. De modo que el uno contra uno sería Fernando Martín contra Epi, si ambos daban su visto bueno. La vuelta a casa [...] fue como viajar en una nube. No nos podíamos creer que la [...] empresa española de videojuegos más importante se hubiera fijado en nosotros y nos diera la mayor oportunidad de nuestras vidas. No podíamos estar más equivocados". La sentencia final deja entrever que las cosas no iban a acabar de la mejor de las maneras. Pronto llegaré a ese extremo.

En cuanto vio el boceto inicial, Pablo corroboró las palabras de Julio. La intención era crear el primer superventas español ligado a un deportista de elite: "Era la época del *Daley Thompson's Decathlon* o de Larry Bird [y Julius Erving] en *One on One*. Decidimos fichar a Epi y a Fernando Martín".

Dinamic, que ya tenía en mente un juego de baloncesto[4445], se lanzó de inmediato a conseguir los dos reclamos publicitarios para promocionar un título que a Pablo le tocaba de cerca. "Fernando Martín y Epi eran mis ídolos. Yo era jugador de baloncesto en el colegio, por altura. Me gustaba el basket y seguí los Juegos de Los Angeles, uno de los momentos de mi vida. A por Epi fue el mejor negociador que teníamos, el que tenía más don de gentes. Le mandé a Barcelona a contratarlo y vino con el rabo entre las piernas. Fue hasta la cancha, habían quedado, y ni prestó atención. Años después, para *PcBasket*, localicé a Epi:

— "Después del primer no que nos diste en su día vengo dispuesto a lo que sea porque eres mi ídolo".

— "No recuerdo nada, ¿un *One on One* con Fernando Martín? ¡El más feliz del mundo!", respondió el jugador.

"En algún sitio hubo un desencuentro de ideas", remata Pablo.

"A lo mejor en ese momento tenía en la cabeza un partido, el equipo… Claro, le llega un tío raro a hablar de un videojuego y se le pasa", apunta Víctor.

La leyenda asegura que Epi se descolgó pidiendo quince millones de pesetas a Dinamic, un argumento que Pablo se apresura en desmentir: "Para nada, para nada. O tuvo un mal partido o no nos entendió o no sé qué pasó".

Aspecto final de *Fernando Martín* donde se puede apreciar al pívot madridista y al hermano de Julio Martín, Gonzalo.

Con el madridista, eso sí, la historia fue bien diferente. "Mandé [al mismo chico] a negociar con Fernando Martín y llegamos a un acuerdo. Fue muy importante porque Epi era mi ídolo, con la selección sí, pero era del Barcelona. Pero Fernando Martín lo era en todo, Madrid, la selección, primer jugador que iba a la NBA".

Cerrado el acuerdo con Martín, el pívot apareció en persona en las oficinas de Dinamic para cerrar el contrato, momento que los hermanos recuerdan con meridiana claridad. "El día que venía a firmar el contrato yo estaba hasta nervioso –explica Pablo–. La oficina de la Torre de Madrid era diáfana, con un despacho, y para separar la entrada del resto teníamos un biombo que no llegaba al techo. Cuando llegó Fernando Martín, nunca habíamos visto a alguien tan alto. No había visto a un jugador de baloncesto en la vida", explica Pablo.

"Salía la cabeza por encima del biombo", interrumpe Víctor.

"Estábamos esperando y de repente llamó la secretaria:

— "Ya ha llegado Fernando Martín"

"Y yo, desde el despacho:

— "Sí, sí. Ya le he visto", ríe Pablo al recordar la anécdota.

"Esa imagen era impactante", asegura Víctor.

"La mampara era un mueble barato de los de entonces –ilustra Pablo–. Recuerdo que se me acercó y, súper majo, me dio la mano. Soy un tío grande y estaba acostumbrado a dar la mano a gente más pequeña. Y me hizo, ¡ras! [Pablo da a entender que Martín tenía una mano de gigante]. Ese día teníamos que pagarle el acuerdo. No diré la cifra por respeto a Fernando[46]".

Aunque Pablo no quiera hacer pública la cifra, la suma de dinero era más que considerable para Dinamic. El proyecto se aprobó en algún momento de la segunda mitad del 86: la firma ni siquiera había

vendido *Army Moves* a Ocean y la bajada de precios sólo era una idea en la cabeza de Paco Pastor.

A la llegada de Martín, Dinamic se había adelantado para tener lista su parte del trato. "Nuestro banco era un Barclays en Alberto Aguilera y teníamos que bajar hasta la Torre de Madrid. Hicimos un equipo de combate, fuimos tres y bajamos andando así [encoge el cuerpo, como si caminara con miedo]. Para nosotros era tanto que tuvimos que pedir un anticipo de las ventas del juego a ERBE para poder pagar a Fernando. Entonces ya teníamos la oficina".

Pastor recuerda el movimiento de los Ruiz y los problemas internos por los que tuvo que pasar para dar vía libre al título: "El salto cualitativo y cuantitativo de Dinamic se dio con Fernando Martín, que recuerdo que pidió una cantidad que no tenían y vinieron a nosotros. Me hablaron del adelanto en un Sonimag en Barcelona[47]. Fue el primer enfrentamiento que tuve con Andy [Bagney, la otra cabeza visible de ERBE]:

— "¡Estás loco! ¿Cómo le vamos a dar tanto dinero?"

— "Porque es el gran negocio, esto puede vender una barbaridad", respondió Pastor.

"Malgasté muchas energías convenciendo a Andy de que era un buen negocio. Al final fue brutal, para Dinamic y para nosotros".

Como sucedió con la bajada de precios, a toro pasado es muy fácil valorar la jugada redonda que hizo Dinamic al firmar a uno de los iconos del deporte español de los ochenta. Los mismos Ruiz recuerdan que el montante les supuso un mal trago por mucho Fernando Martín que tuvieran delante.

"Para él no era dinero, pero para nosotros…" recuerda Víctor.

"Conmigo fue súper amable, firmó el contrato sin leerlo, me dio la mano y me dijo:

— "Pablo, hago esto porque me gusta y porque me habéis caído bien".

"Así, tal cual. Para mí, que era un ídolo de pequeñito, era como para mi hijo ver a Cristiano Ronaldo, que es su ídolo. Era muy importante", recuerda Pablo.

Una vez firmado Fernando Martín como imagen del juego, el desarrollo siguió su curso con una fecha en el horizonte: navidades del 86. Los hermanos Martín, como muchos otros *freelance* que habían colaborado con Dinamic, trabajaban desde casa y se acercaban a las oficinas puntualmente para poner al día los avances, corregir errores y fijar las pautas del desarrollo.

Dinamic, por su parte, puso en marcha la maquinaria informativa habitual y soltó la noticia del acuerdo con el baloncestista a principios de octubre del 86. En la noticia, se mencionaba que el juego está basado en el *One on One* y que se había hecho un pormenorizado estudio de las estadísticas del jugador para que el virtual se comportara de la forma más fiel posible[48].

Efectivamente, los programadores recuerdan haber visto basket a todas horas. "Era una cosa obsesiva", puntualiza Gonzalo. "Estaba hasta aquí de ver partidos de baloncesto, no quería ver uno más en mi vida", recuerda Julio. El grafista señala que las estadísticas intentaban ser lo más exhaustivas posibles: "Teníamos tablas de aciertos, cuánto encestaba, cuánto robaba, cuántos balones perdía. Para que el muñeco jugara lo más parecido al de verdad".

Si en octubre se daban las primeras noticias del juego, la precampaña arrancaba oficialmente en la primera semana de diciembre. Microhobby le dedicó la portada y un par de páginas en su interior[49] al que prometía ser el superventas de esas navidades. El texto era una sucesión de alabanzas por todas partes –"va a ser uno de los bombazos del año"; "posee todos los ingredientes para alcanzar el éxito"; "el nivel de calidad, tanto en lo relativo a los gráficos, como al movimiento o la propia adicción, son

inmejorables"; "el personaje que representa a Fernando Martín es digno de admirarse con detalle"– con el que podría seguir un par de líneas más. Queda claro que la revista estaba más que entusiasmada con lo que había visto en su visita a la Torre de Madrid.

Lo que parecía un camino de rosas se vio frenado bruscamente unas pocas semanas más tarde. Después de haber anunciado *Fernando Martín Basket Master* durante dos números seguidos, se hizo el silencio a lo largo del mes de diciembre. No fue hasta principios de enero cuando Dinamic confirmó los peores augurios: el juego no iba a llegar a tiempo a las tiendas.

Microhobby, citando fuentes del estudio, cuantificaba el retraso en "un par de meses[50]". ¿El motivo? Según la revista, "el joven programador que facilitó el bloque principal de dicho programa a Dinamic dejó sin confeccionar la parte relativa a la técnica personal y porcentajes de acierto de Fernando Martín, parte esta fundamental para el perfecto desarrollo del juego". La solución era laboriosa: "recomponer por completo toda la estructura del programa". El juego recaía en un nuevo programador: Paco Martín Sí, otro Martín.

A nivel informativo, el juego desapareció de la faz de la tierra hasta la primera quincena de junio de 1987, cuando de nuevo asaltaba Microhobby[51] y, a la vez, llegaba a las tiendas aunque sólo fuera para MSX. Aunque por fuera el juego tenía un parecido enorme al que ya se había visto en la revista unos meses atrás, el código se había reescrito desde cero.

¿Qué pasó durante ese medio año de silencio en el que nada se supo ni del retraso ni de la desvinculación de los hermanos Martín del proyecto? Lo que sucedió fue el mayor culebrón que parió el *software* español durante esa década. La historia, como suele suceder, varía según el lado desde el que se cuenta. Es por ello que es necesario acudir a las dos partes para intentar reconstruirla de la mejor manera posible.

"El juego no estaba acabado. La parte grafica, sí; la de programación, no" –comienza Pablo–. "Habíamos anunciado el juego. Teníamos la *preview*..."

"Está claro que si te pones a rehacerlo por algo gordo sería, cuando nunca había pasado –interrumpe Víctor–. No digo que no se moviera, pero recuerdo que no funcionaba".

"No era divertido", apostilla Nacho.

"Tenía errores, se paraba. No había por dónde cogerlo", asegura Víctor.

Nacho apunta a fallos en la jugabilidad: "Cuando caía el balón en la canasta no hacía lo que tenía que hacer y eso era importante porque veníamos de ver el *One on One* de Commodore 64 que era divertidísimo. Aquello no lo era".

"Teníamos una presión brutal y tomamos una decisión durísima –aclara Víctor–. Eso hay que vivirlo, porque ese dinero que sería poco para Fernando era mucho para nosotros. Esa embarcada con un distribuidor, que te adelantara dinero, la publicidad puesta. La presión era tremenda por la edad que tenías. Junta todo eso. Algo muy gordo tenía el programa para tomar esa decisión tan difícil. Si en MSX salió, lo hizo para aprovechar el tirón, porque la publicidad estaba. Luego se tuvo que rehacer con la *Executive*. Han pasado muchos años y las cosas se van deformando pero creo que en estos casos hay que fijarse en el análisis de lo que pasó. Y lo que pasó es que si se decidió no sacar algo con todo lo que eso conllevaba fue por algo gordo y ese algo tan gordo siempre tiene esas interpretaciones".

"Salió en MSX pero no en las demás. Es a lo que voy. Hicimos una *Executive* porque claramente era mejor", explica Pablo.

Para Víctor, el mayor recuerdo de *Fernando Martín* fue el desgaste producido para sacar a tiempo el

juego: "Pasé malos momentos y otros de horas fuera de lo normal sentado con Paco porque él diseñó al final la jugabilidad. Paco era un programador, muy buen codificador pero no tomaba todas las decisiones a ese nivel creativo y recuerdo haber tenido el culo plano de estar sentado horas y horas y horas con él".

"Retrasar *Fernando Martín* no fue por gusto. Nunca hubo un problema gráfico", explica Pablo.

"Hubo una pérdida de ventas evidente, una pérdida de una época buena de ventas", apunta Víctor.

Por si fuera poco, el retraso implicaba tener a ERBE esperando el anticipo que había dado al estudio. Un foco de incomodidad más, como recuerda Pablo: "El que había pedido el dinero anticipado a ERBE era yo, con lo que me decían:

— "¿Cuándo lo sacáis? Que me debéis un montón de pelas".

— "Pues cuando lo acabemos…" se resignaba Pablo.

"Pero que no fue por gusto. Recuerdo que el juego no me gustó, y no lo sacamos por eso. Probablemente el programador diga, ¿por qué no lo sacaron si mi juego molaba? ¡Y por qué no lo iba a sacar! Si aprovechaba la precampaña, las navidades, el contrato con Fernando Martín. Tuvimos que contratar a un programador y pagarle todos los meses para sacarlo en junio. Yo no tengo ningún problema con Julio".

"¡El grafista era muy bueno!", apunta Nacho.

"Yo me pegué la matada con Paco, sentado a su lado, para acabar en un mes el programa. Vivíamos en una situación de necesidades, de gastos permanentes, de estar pagando una oficina y de pronto te encontrabas con el pastel de que el juego anunciado no estaba acabado, no funcionaba, tenía muchos errores", concluye Víctor.

Es importante destacar que, aunque los Ruiz ya tenían un bagaje en el mundo del videojuego, habían construido un estudio de la nada y tenían experiencia en producir juegos a terceros, para los Martín la experiencia era totalmente nueva.

A la novedad y la presión por cumplir con unas obligaciones, había que sumar los diecisiete años de Gonzalo, en el que era su primer trabajo serio: "Siempre hay tres versiones, la versión de un lado, la versión del otro y la realidad. Probablemente nosotros tenemos una visión desviada porque el impacto fue bastante grande".

"Porque dolió mucho", asegura Julio.

"Echamos mucho, mucho esfuerzo en intentar sacar eso adelante y luego las cosas salieron como salieron –apostilla Gonzalo–. Estaba estudiando COU y haciendo *Fernando Martín*, que me ocupaba bastante tiempo. Tenía una profesora de filosofía que me decía que estaba loco y que dejara eso, que eran tonterías y que me centrara en estudiar. Era una auténtica obsesión y fue bastante impactante. Era tan grande que un día mi madre me contó que me encontró en la cama dormido, pero hablando:

— "¿Y qué voy a hacer con el *joystick*? ¿Qué voy a hacer con el *joystick*? ¿Cómo voy a hacer lo del *joystick*?"

El programador sí da por hecho que durante el desarrollo hubo llamadas de atención por parte de Dinamic para cumplir con unos plazos.

"Creo que sí que hubo avisos, pero nunca en términos muy radicales. Sinceramente, no recuerdo esa etapa, recuerdo detalles, jugar al *One on One* para coger cosillas, temas de jugabilidad. No recuerdo nada

muy radical pero sí, probablemente hubo avisos sobre los retrasos".

"Pero está claro que no fueron en los términos en los que deberían haber sido, si no te acuerdas –aclara Julio–. Ibas, enseñabas los avances y te decían que cambiaras algo. Así funcionaba. En ningún momento tuvimos esa sensación porque de repente, de golpe y porrazo…".

Si bien a Gonzalo no le supone un problema reconocer su parte de culpa, también se asegura de dejar bien claras las circunstancias que le rodeaban en aquel momento: "Probablemente yo no fui suficientemente profesional. Pero es que no era un profesional, eso es importante. Hay que tener en cuenta que si estás con una persona de diecisiete años no puedes esperar una respuesta profesional como puedes esperar de alguien como Paco Martín. Para mí era más una satisfacción de probarme a mí mismo, de poder decir que había hecho algo y que ese algo estaba ahí".

La gran queja de los Martín son las formas que Dinamic empleó con ellos. Si bien Gonzalo afirma en más de una ocasión que entiende la decisión a un nivel de empresa, no comparte el camino que tomó el estudio para llevarlo a cabo. Los dos enuncian al unísono cómo les llegó la noticia:

— "Fue por teléfono".

"Nos dieron un aviso antes, pero ahí el tiempo que teníamos para solucionar los problemas que ellos veían era absolutamente inviable. Imposible, no había tiempo –sentencia Gonzalo–. Creo que al día siguiente llamaron por teléfono y dijeron:

— "Devuélvenos lo que te hemos dejado. Todo. La unidad de disco de 5 ¼, el monitor…"

"Te puedes imaginar lo que fue, una cosa absolutamente impresionante. Debí ponerme como a 180 pulsaciones –explica Gonzalo–. Me enfadé muchísimo, no sé lo que solté por la boca pero vamos, debí inventarme algún insulto nuevo que no estaba en el diccionario. Puedo entender perfectamente esa decisión a nivel empresarial e incluso puedo compartirla. Yo puedo estar en esa situación y decir, mira tío, no puedo depender de esto".

El resultado final fue que Dinamic apartó por completo a Gonzalo Martín, al que no reconoció ningún mérito del juego final aunque sí que pagó a Julio la mitad de lo pactado por su trabajo en el apartado gráfico. De nuevo Gonzalo, que quizá es la parte que mejor lleve este asunto y el que en su día tuvo que soportar, personalmente, mayor presión, comparte la decisión de Dinamic aunque deja claro que el proceso no fue el más elegante posible.

"Las maneras no fueron correctas. Se podía haber hecho de otra forma. Yo podía haber recibido otro tipo de compensación aunque solo fuera a nivel de decir, joder, has hecho parte del trabajo, lo has empezado, lo has enfilado… Ayudé mucho a Paco Martín, muchas llamadas telefónicas, le expliqué algoritmos para facilitarle las cosas. Eso es lo que a mí me puede doler más. Y lo puedo entender, pero el problema es que tenía diecisiete años, descargar tanta responsabilidad en un menor de edad…"

"Pasamos noches sin dormir mientras hacíamos el juego", recuerda Julio.

"Es la parte que puede doler, pero el hecho de que tuvieran que tomar esa decisión lo puedo entender. Que no hubiera ningún tipo de remuneración, que tragara con toda la culpa, me parece un poco…", sentencia Gonzalo.

Julio, el grafista, guarda un sabor amargo, no sólo por la situación de su hermano pequeño, sino porque desde la misma Dinamic también asegura que le llegaron amenazas de dejarle fuera del proyecto –"Me dijeron que me cambiaban dos píxeles y me dejaban sin gráficos, con una sonrisa de aquí a aquí. No fue ninguno de los hermanos"– y está convencido de que el título no debía ser tan malo si en su momento Microhobby lo puso por las nubes.

"El juego iba a salir para Navidades y un mes antes hicieron un reportaje en Microhobby en el que decían que el código era la leche y que se podía jugar de maravilla".

Gonzalo, al escuchar a su hermano, ríe y le corrige: "No, no. ¡Pero eso es marketing puro y duro! Todos sabemos lo que pasaba con Dinamic en aquella época, era la niña bonita y nunca, nunca iban a poner mal un producto suyo. Era el top del top. Estaban muy apoyados por la prensa, fueron portada de El País".

"Lo que digo es, no lleves el producto a Microhobby para que hagan un reportaje. Espérate. Decían que tu juego era la leche, que se hacían unos mates cojonudos, y está ahí escrito. Mucha gente dirá, marketing; otra dirá, no, el juego era cojonudo", aclara Julio.

El grueso de la reprogramación fue a parar a manos de Paco Martín aunque para el juego que se lanzó para MSX, en junio del 87, los hermanos Ruiz mantienen que fue una versión exclusiva para ese microordenador basada en el último código de Gonzalo.

"De la versión que ellos acabaron y nos dieron, que no quisimos sacar, la única que pusimos a la venta es la de MSX, porque creo que tenía no sé qué pedidos", recuerda Pablo.

"La de MSX se pidió aparte, que la hacían estos hombres de la tele, 'los hombres barbudos' –ilustra Víctor–. Eran técnicos, programadores y controlaban el MSX. No hacían versiones, reprogramaban[52]. Las hacían una detrás de otra y cobraban, ¡raca! Llegaba el de barbas, venía con la maleta y subía con el juego:

— "Aquí está el disco"

— "Ten, la pasta".

"Era como el hombre de la peli *Nikita*: llama al exterminador éste. Me acuerdo de esa maleta, más o menos vacía, y en medio el diskete azul de MSX".

"Eran unos señores mayores que trabajaban en Televisión Española y venían con maletín –ilustra Pablo–. ¡Y traje! Nosotros éramos chavales que íbamos a la universidad y que estábamos en vaqueros".

"Ahora mismo vestir de calle es normal. Todos vestimos así. En esa época impactaba mucho más", recuerda Víctor.

Volviendo a la versión de MSX, el discurso de Dinamic es claro: fue un título para salir del paso basado en el último código que tenían de Gonzalo. Ojo, basado. Meses más tarde, el estándar recibió una versión calcada a la del resto de micros, recuerda Pablo. "La prueba de que se reprogramó entero, y se necesitaba reprogramar, es que salió una segunda versión de MSX que era la *Executive*".

"Pero este estaba programado por esta gente [los famosos barbudos] porque no había versión final y habían cumplido. La primera versión la hicieron los Martín –explica Víctor–. Estos hombres hicieron algo parecido viendo su trabajo. Cada uno recuerda su marrón, el mío era que estaba la publicidad, estaba el contrato, estaba todo. Tenía que sacar ese juego, aquello era injugable y tenía esa responsabilidad. Tenía ese marrón. Para decidir no sacarlo ya podía estar mal. En un momento de tal presión, esas decisiones eran gordas".

Dinamic salió del paso en verano del 87 con la versión de MSX. Pero el desembarco definitivo se produjo unos meses más tarde cuando aparecieron las versiones de Spectrum y de Amstrad en octubre más esa nueva versión para MSX que ya han comentado los Ruiz que contaba con el subtítulo *Executive*. Esta vez sí, el éxito fue total y Dinamic rompió, por vez primera, la barrera de las 50.000 copias. La única buena noticia del retraso fue que en lugar de aparecer en las navidades del 86, justo en el momento

anterior a la bajada de precios, *Fernando Martín Basket Master* llegó a las tiendas cuando la estrategia de ERBE ya se había confirmado como un gran acierto. El desembolso que Dinamic hizo por el pívot había sido rentable. Tanto, que hasta se llevó el premio al mejor juego del año que concedía por primera vez Microhobby ese 87.

"No sé exactamente la cifra de ventas pero sé que hicimos un anuncio específico para las 50.000 –señala Pablo–. Hasta dónde llegó luego…[53] Nunca habíamos vendido 50.000 copias de ningún juego. Merecía la pena, [lo que pagamos por Fernando Martín] era el equivalente al diez por ciento de las primeras ventas. En su momento fue lo más, vendíamos a 875 e ingresábamos unas trescientas pesetas… [Ganamos] quince millones".

"Iba a salir a 2.100 pesetas en esas navidades y al final salió a 875 –remata Víctor–. El riesgo del cambio lo asumimos. No sacarlo fue un marrón para Julio y Gonzalo, pero nosotros nos jugamos el lanzamiento y la imagen. Cuando pusimos los anuncios y no salió el juego, todo el mundo preguntaba qué había pasado. Cuando nos retrasábamos sin poner anuncios, era un problema nuestro. Y aquello fue algo público y notorio y encima las críticas de la versión de MSX no fueron buenas".

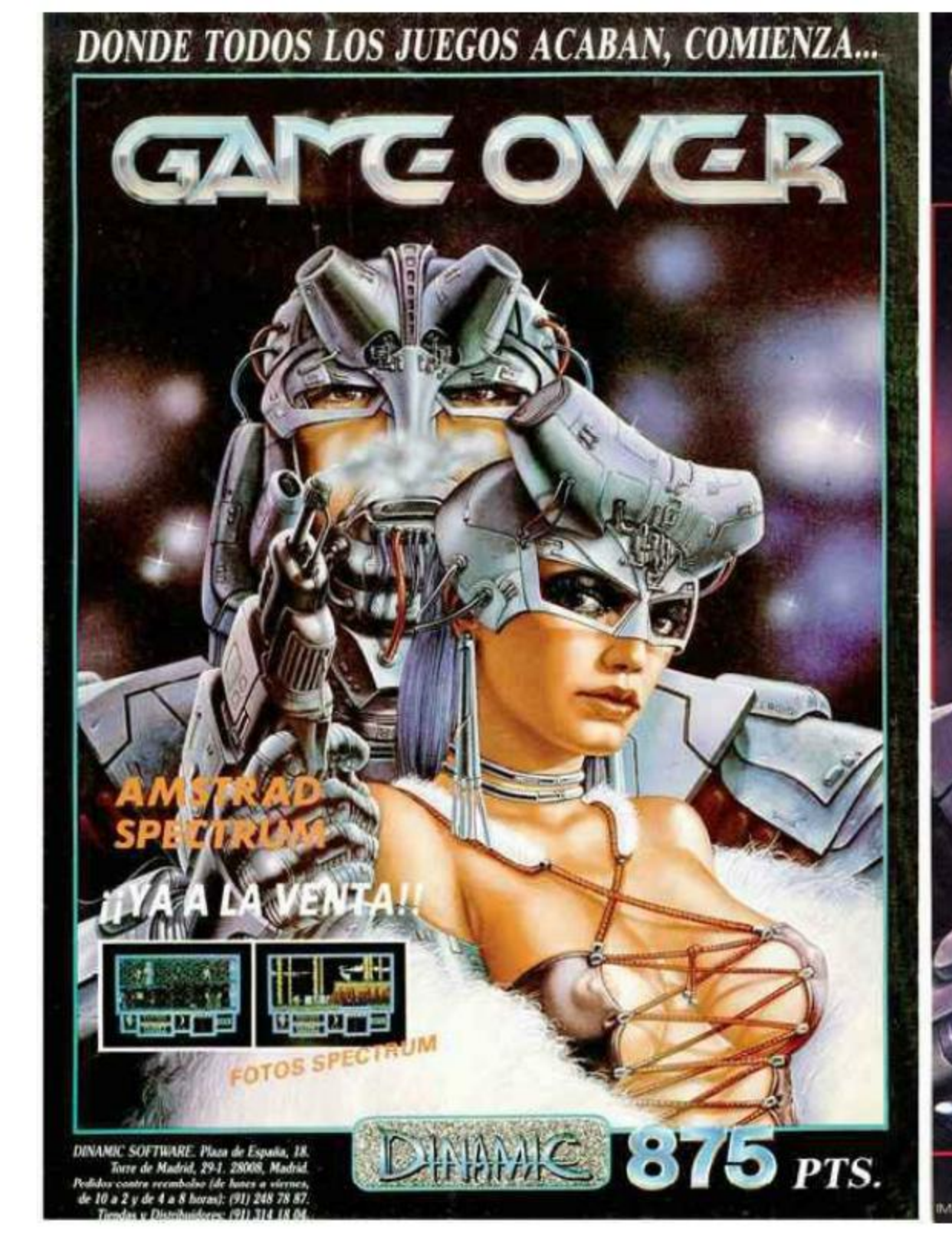
Caprichos del destino, hay pruebas palpables de ambas versiones, la de los Martín y la oficial de Dinamic de finales del 87 gracias a una filtración de un código temprano del juego aparecido en el Rastro. Ambas partes desconocen de dónde salió, pero de cara a la historia permite establecer un cierto paralelismo entre las dos visiones. Y digo cierto porque, obivamente, esta beta se trata de una versión no finalizada del planteamiento de Julio y Gonzalo –"no es, ni por asomo, la última versión que hizo Gonzalo", asegura Julio– y por lo tanto no se pueden extraer grandes conclusiones.

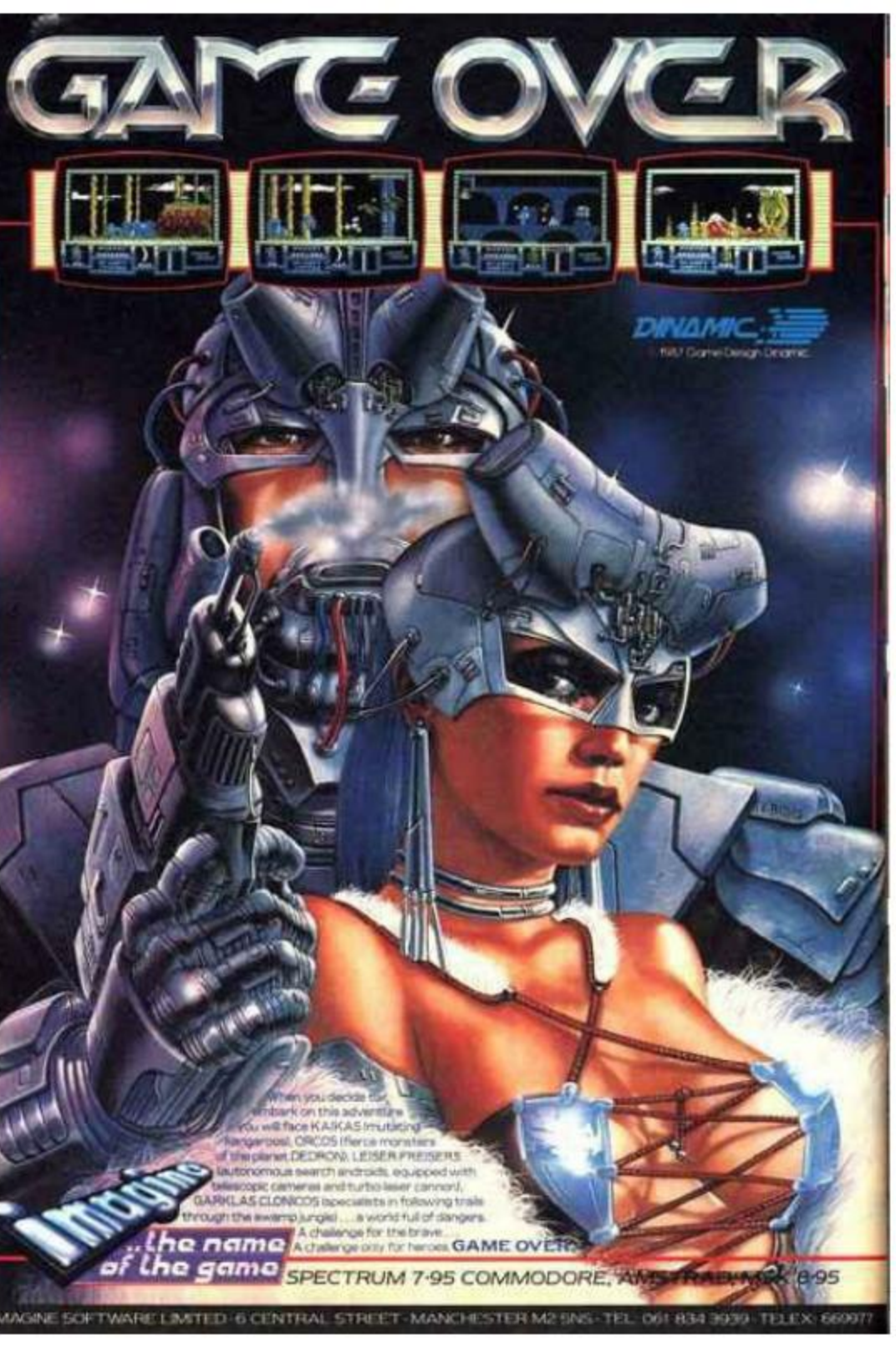
Dicho esto, las diferencias en el concepto son mínimas. Sí que hay grandes cambios en el envoltorio, el decorado cambia ligeramente, no hay IA por lo que es necesario jugar contra otro oponente y falta quizá el elemento más espectacular, que eran las repeticiones de los mates.

Pero la versión final no era un producto mucho más evolucionado que el de esta beta, en el sentido conceptual. Dinamic y los Martín habían creado un producto que mamaba, y mucho, de la filosofía del estudio: buen apartado gráfico y diversión a raudales desde el minuto uno. Y aunque la jugabilidad era un poco tosca, y el título muchas veces se convertía en un correcalles, era indiscutible que el conjunto del componente lúdico, la campaña publicitaria y la imagen de Fernando Martín apadrinando el juego marcaron un antes y un después en el *software* español.

¿En qué queda el contencioso entre Dinamic y los Martín? Sinceramente, una vez escuchadas todas las partes, la postura de Gonzalo Martín me parece la más sensata. Visto el resultado final del juego y el de la famosa beta, queda claro que su aportación al juego en concepto de autor intelectual es un hecho incontestable. Y como él bien dice, que Dinamic le apartara del desarrollo es comprensible, pero lo que no tiene ni pies ni cabeza es que no viera un mísero *royalty* por un juego que podía considerar suyo.

Pasando al terreno crítico, en España no hace falta decir que Microhobby dejó al título más que bien[54] y en Inglaterra, como de costumbre, hubo críticas para todos los gustos[55] en otro de los títulos que Dinamic lanzó bajo el sello Imagine a raíz del acuerdo con Ocean.





Detalle de las portadas de *Game Over* en España e Inglaterra. En la segunda se puede apreciar el pezón desaparecido de Gremla, objeto de polémica.

Fernando Martín copó gran parte de los esfuerzos de Dinamic en 1987 pero no fue el único título que el estudio lanzó a la calle. Los primeros meses del año se consumieron con el éxito de *Army Moves* y de un juego en el que Nacho llevaba parte del año anterior trabajando: *Game Over*.

El de *Game Over* fue otro de esos casos, como el de *Fernando Martín*, de aparición en los medios y retraso sin aparente motivo[56]. La primera noticia la dio Microhobby a finales del 86 con la coletilla, que ya había utilizado para *Camelot Warriors*, que aseguraba que era "el mejor programa[57]" que había hecho Dinamic hasta la fecha".

El título era un *arcade* ambientado en una galaxia lejana en la que nos poníamos en la piel de Arkos, una especie de Terminator, aseguraba Microhobby, que se había rebelado contra Gremla, su creadora y líder de varias confederaciones de planetas. El argumento, en el fondo, es lo de menos. *Game Over* se reveló como un título de una calidad más que notable al que tan solo oscureció, una vez más, su elevada dificultad, y que sufrió cambios de diseño cuando Luis Royo, el que iba a ser nuevo portadista de referencia de Dinamic, presentó la carátula: "Cuando la vimos nos enamoramos de ella y Nacho incorporó ciertos cambios en los personajes para que se parecieran a los ilustrados por Royo", explica Pablo.

Más allá del juego, la campaña de marketing de *Game Over* fue cojonuda. Por dos motivos: por lo bien

que Dinamic supo jugar con el nombre de su producto y que aprovechó en la publicidad donde aparecía un *tagline* que rezaba "Donde todos los juegos acaban, comienza…" seguido de un *Game Over* en letras gigantes. Pablo, de nuevo, apunta que la campaña se fraguó en una de esas interminables noches en el local que se había convertido en su segunda casa: "La frase publicitaria, como casi todas, salió de las largas noches sin dormir y nuestras cenas en el Vips de Plaza de España. La idea salió rodada".

El segundo motivo está relacionado con la ilustración de la portada. Aprovechando el talento de Royo con la anatomía femenina, el dibujante se cascó una portada en la que aparecían los dos protagonistas, y en la que se puso especial relieve en una Gremla de atributos bastante generosos. Tanto, que a través de su vestido se podía adivinar un pezón que fue motivo de una absurda polémica en Inglaterra.

Una vez más, era Microhobby la que daba la noticia que se podía resumir en que a los ingleses no les hacía gracia que se insinuara un pezón en la portada del juego. ¿La solución? Primero se colocó el logotipo de Dinamic[58] en pleno escote para acabar con el litigio. Visto que aquel pegote era indefendible, Ocean optó por retocar el pecho de Gremla y eliminar así cualquier atisbo del pezón que había dibujado Royo[59].

El asunto llegó hasta las cartas de los lectores de Computer & Videogames. En una, un indignado jugón de Watford, Gareth, pedía la retirada del anuncio y se preguntaba por la necesidad de utilizar ese tipo de publicidad. Lo mejor, eso sí, llegaba cuando aseguraba que anuncios como el de *Game Over* borraban de un plumazo todo el trabajo hecho para conseguir que las mujeres pudieran pasear seguras por las calles[60]. El término surrealista se queda corto para calificar la misiva.

Lo más divertido del asunto fue ver a Microhobby llevarse las manos a la cabeza con dicha censura, a la que se tildó de "absurda campaña moralista". Eso sí, en ninguna de las dos noticias que hablaron del tema fueron capaces de mencionar el pezón de Gremla, como si algún extraño pudor se hubiese apoderado de la redacción.

Pezones aparte, *Game Over* fue un título que no sólo cosechó buenas críticas en España (el habitual ocho en la suma de todas las notas de Microhobby), también lo hizo en Inglaterra en una nueva mezcla de críticas dispares. Crash y Sinclair User le dieron aprobados raspados mientras que Computer & Videogames le puso una nota alrededor del siete y Your Sinclair fue la más entusiasta, con un nueve.

Ha sido el paso de los años el que ha tratado mejor a *Game Over*, y fruto de ello es que Retro Gamer le dedicó un artículo en el que venía a decir que a pesar de la polvareda que levantó la polémica del pezón, lo que de verdad merecía la pena era el juego de Nacho[61] a pesar de su dificultad.

Pero antes de los dos bombazos de ese 87, Dinamic siguió con su ritmo productivo habitual. Hasta la llegada del verano aparecieron en escena *Dustin* y *Arquímedes XXI*. El primero, una videoaventura de corte carcelario, tuvo la fortuna de aparecer en las mismas fechas que *The Great Escape*, uno de los mejores juegos hechos para los 8 bits. Pese a todo, *Dustin* fue un oasis dentro del catálogo de Dinamic, acostumbrado ya en esas fechas a desarrollos mucho más efectistas.

En la línea de *Dustin* también se enmarca *Arquímedes XXI*. Tres añazos después, que se dice pronto, de lanzar *Yenght*, la firma volvió a apostar por las aventuras y este fue el primero de varios estrenos en esta línea. Línea que diferenció a Dinamic del resto de grandes estudios ya que fue el único que creyó en las aventuras. El juego, de corte futurista, fue obra de otro programador externo, Jorge Blecua, que lanzaría con el estudio alguna otra aventura hasta que Dinamic optara por externalizar el género creando un sello exclusivo para las aventuras.

A partir de julio la historia fue otra bien distinta. Hasta cuatro nuevos títulos llegarían a las tiendas y lo harían bajo dos paraguas bien distintos. Por un lado, un par de aventuras conversacionales (*Don Quijote*,

Megacorp) y por el otro dos *arcades* (*Phantis* y *Freddy Hardest*). Un conjunto que, sumado al título de basket que ya he explicado, hacía del catálogo del 87 uno bastante completo ya que tocaba muchos géneros distintos.

El primero en aparecer fue *Don Quijote*, obra de nuevo de Jorge Blecua. Una aventura conversacional muy clásica con la excepción de que, esta vez, el guión corría a cargo de un tal Miguel de Cervantes. En resumen, la mezcla de una historia como la copa de un pino unida al buen hacer de Blecua dieron una aventura que cosechó notazas en Microhobby[62]. Eso sí, cuidar un poco la ortografía no habría estado de más, por lo menos para honrar la memoria del escritor.

El siguiente de la lista es uno de los iconos de Dinamic en los ochenta. Me refiero al título que Microhobby no dudó en titular como "la desastrosa y accidentada aventura de un astronauta cocainómano" y que no es otro que *Freddy Hardest*.

La historia de Hardest también tiene un par de anécdotas que merece la pena escribir. La primera de todas se refiere al nombre y, curiosamente, la anécdota la recuerda Julio Martín, presente en el momento del bautizo. "Se había estrenado *Los Inmortales* [a la que Queen puso la banda sonora] y un chaval que estaba allí estaba todo el dia con Freddie Mercury en la boca: que si Freddie tal, que si cual. Alguno de nosotros dijo:

— "Freddie es homosexual".

A lo que alguien contestó:

— "Freddie es el más duro".

"El nombre de *Freddy Hardest* viene de ahí".

Como pasaría más tarde con otro de sus títulos (*Capitán Sevilla*), *Freddy Hardest* tuvo una exposición mediática diferente a lo que Dinamic tenía acostumbrado a los jugadores. Además de la parafernalia habitual (avances, anuncios), se publicitó con una tira cómica firmada por Ventura, el popular artista que poblaba las páginas de El Jueves semana sí, semana también, que accedió a colaborar con Dinamic a cambio de un 'sueldo' muy peculiar.

"Éramos compulsivos de El Jueves, nos reíamos. Lo comprábamos, como bien decía la revista, todos los miércoles. Y nos gustaba Enrique Ventura, por Ventura y Nieto. Cuando tuvimos que hacer la portada del *Freddy Hardest* pensamos en Ventura. Localicé su teléfono y le llamé. Pensé que ni se iba a poner, y de repente:

— "Soy el director de Dinamic y quiero encargarte una portada para un juego que estamos haciendo".

"Y ahí me asuste. A ver cuánto cobraba, porque en aquella época El jueves… Ahora ha ido a menos, como todo el papel".

Como sucedió con Azpiri, a Pablo se le quitó el miedo en un periquete.

— "Pero qué me estás diciendo, ¿Dinamic? Si soy un forofo, compro todos los juegos", respondió Ventura.

— "Quiero la portada de un juego, *Freddy Hardest*, y quería saber cúanto me cobrarías", respondió Pablo recordando aquella primera cita con Azpiri.

— "Nunca te cobraré, te voy a hacer la portada por puro vicio, lo único que te pido es que me mandes los juegos".

"Estuvimos mandando juegos no sé cuántos años. Montamos el sistema de envíos de juegos a VIPs

porque había que hacérselos llegar. Cuando me reuní en su estudio de Barcelona me dijo:

— "¿Sólo vas a hacer una portada? ¿Sólo una portada? ¡Dame más!"

"Ahí salió el cómic, que hicimos cuatro páginas. Y yo con Enrique Ventura, que es un ídolo, dibujando no la portada, sino un cómic específico:

— "¿Vas a hacer el guión con Nieto?", preguntó Pablo.

— "No, no, a Nieto no le gustan los juegos".

La colaboración de Ventura con Dinamic no pudo dar mejores frutos. *Freddy Hardest* es uno de esos juegos que han quedado instalados en la conciencia colectiva de la Edad de Oro. Y no es para menos, que Dinamic presentara a un *playboy* espacial y cocainómano como protagonista de un *arcade* ambientado en un planeta lejano era una de esas marcianadas solo aptas para los ochenta, cuando todavía se podían hacer videojuegos sin escandalizar a nadie.

El título no sólo tuvo buenas críticas en España, en las islas británicas también gozó de buenas notas. El juego, que formaba parte del acuerdo firmado entre Dinamic y Ocean, tuvo su minuto de gloria tanto en Sinclair User (que le cascó un nueve) como en Crash, que le puso un 85%. Incluso las críticas menos entusiastas, que las hubo, no bajaron del siete bajo, seis alto.

En la línea de *Freddy Hardest*, noviembre fue el mes que Dinamic reservó para lanzar *Phantis* al mercado. El título era el primer trabajo de Carlos Abril con Dinamic. En él, nos poníamos en la piel de una rubia despampanante que viajaba por el espacio en busca de un compañero[63] atrapado en el planeta que daba nombre al juego. Curiosamente, *Phantis* es uno de esos títulos que no contaron con ese desmedido estándar de dificultad de Dinamic que quizá ayudara a que Microhobby le pusiera un 8,5 en su crítica[64]. Doy fe de que hoy en día, tirando de trucos, se puede finalizar con relativa facilidad.

Hay que retroceder unos meses hasta la llegada de Ignacio Abril a Dinamic, cuando el programador puso sobre aviso a la compañía de que su hermano, Carlos, estaba trabajando en un juego mucho mejor que *Nonamed*. Un momento que Pablo recuerda perfectamente.

"Carlos vino con *Phantis* y cuando nos lo enseñó… Frente a su hermano, no solo es ingeniero sino que es creativo, es grafista. Lo tiene todo, es un hombre del renacimiento. Cuando vimos *Phantis*…"

Aunque Pablo reconozca que en su momento lo fliparon, el pequeño de los Abril las pasó canutas. "Mantenía mi juego en secreto porque quería enseñarlo cuando estuviese hecho. Cuando lo enseñé, todo el mundo callado y yo un poco asustado porque nadie decía nada. En mi cabeza estaba pasando que, como habíamos dicho que el juego bueno era el mío, se estaban llevando una decepción. Se fueron unos cuantos a una habitación y me quedé bastante frío. A los pocos minutos salieron entusiasmados diciendo que era una pasada y que les parecía increíble que hubiese gente en sus casas haciendo cosas así. Nos fuimos muy ilusionados".

Phantis fue el segundo proyecto de la familia Abril. Si recordamos, Nacho Abril había sido el encargado de programar *Nonamed*, un año antes y Carlos, el otro hermano, tenía *Phantis* en mente en la primera visita al estudio. A diferencia de Nacho, de un perfil más técnico, Carlos era uno de esos tipos nacidos con el videojuego entre ceja y ceja, capaces de crear el código y prepararse los gráficos él solo. No es de extrañar que, más de veinte años después, haya sido capaz de lanzar con un equipo mínimo *Zack Zero*, un juego descargable para PlayStation 3 junto a Alberto Moreno.

Pantalla de *Phantis*, ópera prima de Carlos Abril para Dinamic.

Pero no me voy a ir por las ramas. Vuelvo a Carlos, que en la entrevista concedida a Josetxu Malanda para Speccy, profundiza más en la génesis del título y desvela que la idea original no tenía a una mujer por protagonista: "Cuando fuimos con *Nonamed* a Dinamic yo ya tenía *Phantis* bastante avanzado. Eran dos planteamientos diferentes. El primero era un juego sencillo para la firma *Future Stars*, para ver cómo funcionaba el tema y si se podían vender juegos. El segundo era un planteamiento de juego bueno para la época".

"La diferencia fundamental entre mi hermano y yo era que a mí, además de programar, me encantaba hacer gráficos y eran bastante buenos, algo que diferenciaba el producto. Yo podía querer un gráfico aquí o un enemigo allá o cambiar una animación que no quedaba bien y lo hacía y lo metía en el juego. Nacho era más dependiente en ese aspecto. La primera vez que enseñé el juego a Dinamic, ya estaba prácticamente terminado".

"Después de esa presentación, el juego les encantó. Cogí y lo cambié todo: distribución del mapa, había un vehículo terrestre espacial en la gruta que quité, había unas medusas bastante grandes que quité, puse una chica en vez del astronauta que era el personaje principal, sólo para que Azpiri me hiciese una portada más 'espectacular'. ¿Por qué esos cambios que nadie me había pedido? Yo creo que es algo que nos sigue pasando: enseñas el juego y al enseñarlo y tener que explicarlo te das cuenta de algunas cosas que antes no se habían pensado[65]".

La historia de *Phantis* no acabó aquí. Un año después, Dinamic recicló el título para aprovechar el tirón de *Game Over* en Europa y lanzar *Phantis* como la secuela del éxito de Nacho Ruiz. Pero esa historia la dejamos para unas páginas más adelante, porque además también supuso la entrada del estudio en el terreno de la distribución a toda Europa.

No puedo despedir el 87 sin citar a *Megacorp*. Como *Don Quijote*, también era una aventura conversacional, aunque esta de un corte totalmente diferente a las aventuras del hidalgo de La Mancha y más en la línea de *Arquímedes XXI*.

Eso sí, este *Megacorp* es interesante porque apareció bajo un sello diferente al habitual: AD. Las siglas correspondían a Aventuras Dinamic y con ellas el estudio pretendía dar salida a un género muy específico y con un nicho de público muy concreto, la aventura. Como digo, *Megacorp* fue el primero que salió bajo esta marca, que publicaría dos juegos más en 1988. AD comenzó sin una cabeza visible hasta que en 1989 cambió de nombre y se trasladó a Valencia. Pero esa es una aventura que toca dejar aparcada hasta dentro de un par de años.

El título fue obra de Nicolás Lecuona –de hecho, fue el único juego que publicó[66]– que decidió presentarse un día en las oficinas de Dinamic para ver si sonaba la flauta. Y sonó: "Presenté la primera versión del juego a puerta fría, asomándome un día, por toda la cara, en las oficinas de Dinamic y preguntando por Pablo Ruiz. Sorprendentemente, porque lo normal hubiera sido despachar con viento fresco a cualquiera que apareciera así, Pablo me recibió con amabilidad. Le comenté el juego que traía y, sin más protocolo, me mandó a ver a Víctor a la planta 27, donde tenían toda la parte de desarrollo. Les expliqué cómo había hackeado el parser para traducir todos los mensajes al castellano y otros detalles sórdidos, por la parte técnica y creativa, y estuvieron de acuerdo en que tenía potencial".

"Tenían muy claro que el aspecto gráfico[67] era esencial para poder comercializarlo con éxito y, si para ello había que simplificar otros aspectos, pues bienvenido fuera. Había que dotarlo de un mayor número de gráficos, uno por cada localización del juego, lo que obligaba a reducir el número de las mismas, por lo que *Megacorp* quedó reducido en extensión y complejidad a, aproximadamente, una cuarta parte del planteamiento original".

Que *Megacorp* viese la luz tuvo un culpable claro en la figura del Quijote publicado con anterioridad: "Víctor y Pablo me comentaron que *El Quijote* había resultado una agradable sorpresa comercial y había funcionado muy bien para los reducidos números que cabía esperar –explica Lecuona–. Sin el éxito de *El Quijote*, soy de la opinión de que no se habría comercializado en España prácticamente ninguna aventura conversacional, ni hubiera llegado a existir Aventuras AD posteriormente, al haberle faltado el apoyo de Dinamic para la publicación de los títulos".

Este Aventuras AD, evolución de lo que era AD en un primer momento, sería el sello que Dinamic iba a crear dos años más tarde para canalizar todas sus aventuras y del que *Megacorp* tuvo el honor de ser uno de sus títulos de lanzamiento.

"Como parecía haberse puesto en marcha un cierto mercado para las aventuras[68], decidieron crear una línea de producto distintivo para ellas; seguirían siendo un producto asociado al nombre de Dinamic, pero llevarían el logo AD, Aventuras Dinamic, en lugar del conocido logo de Dinamic. *Megacorp* tuvo el privilegio de estrenar esta nueva línea de producto, aunque al mismo tiempo hicieron una nueva edición de *El Quijote* también bajo el sello AD".

Dejo aparcado aquí el nacimiento de AD, del que Lecuona estuvo a punto de formar parte[69], para dar un salto espacial en esta narración. Visto lo bien que le fue a Dinamic, debo volver a ERBE. La bajada de precios le convirtió en dominador absoluto de la distribución del videojuego en España. Y fruto del torrente de dinero que estaba llegando a sus arcas, el negocio capitaneado por Pastor tomó la decisión de expandirse horizontalmente y crear su propio estudio: Topo Soft.

41. Microhobby, n. 163, pp. 4-5.

42. Lanzado en 1985, simulaba un duelo entre Larry Bird y Julius Erving en una cancha con una sola canasta situada en la parte superior de la pantalla.

43. http://elmundodelspectrum.com/contenido.php?id=200&d=Entrevista-a-Julio-Martin.-(Parte-1-de-3)

44. Las versiones difieren sobre su idea original. Víctor Ruiz da por hecho que también era un juego que tenía una canasta en un extremo de la pantalla ("no sé si tenía una o dos canastas") y Gonzalo Martín asegura que era una versión más cercana a *One on One*: "El nuestro era un dos contra dos y es cierto que ellos tenían una única canasta de frente".

45. Microhobby puede arrojar más luz al asunto. En el reportaje que publicó cuando la primera versión del juego salió a la venta explica que Víctor "llevaba algún tiempo fraguando la idea de hacer un juego de baloncesto" y lo ilustra con una pantalla que sólo tiene una canasta, en la parte superior de la imagen, en una cancha con carteles publicitarios de *Rocky* y de *Abu Simbel Profanation*. Microhobby, n. 133, pp. 30-31.

46. Diferentes fuentes que he consultado a lo largo de la investigación cifran el acuerdo en un millón de pesetas.

47. Pastor debe referirse, y las fechas cuadran, al Sonimag del 86, que se celebró en Barcelona del 15 al 21 de septiembre de ese año.

48. "Dinamic "ficha" a Fernando Martín". Microhobby, n. 98, p. 4.

49. "Emoción bajo los aros". Microhobby, n. 104, portada y pp. 14-15.

50. "Hasta luego *Fernando Martín*". Microhobby, n. 109, p. 6.

51. "La mejor canasta". Microhobby, n. 133, p. 21.

52. Dicho en otras palabras, veían un juego en una plataforma y escribían el mismo, desde cero, para MSX.

53. Microhobby, en un texto de abril del 88, asegura que *Fernando Martín* se encontraba cerca de las 125.000 copias vendidas. Microhobby, n. 168, p. 5. Paco Pastor también da por hecho que el juego superó, "de largo", las cien mil unidades.

54. "La mejor canasta", Microhobby, n. 133, p. 21.

55. Sinclair User le otorgó un nueve y lo calificó "uno de los simuladores de deportes más divertidos"; ACE no le daba ni un aprobado raspado.

56. Igual que sucedió con *Fernando Martín*, el juego fue objeto de un avance a finales de diciembre del 86 pero no hizo su aparición hasta verano del 87.

57. "*Game Over*, lo mejor de Dinamic". Microhobby, n. 107, p. 5.

58. "*Game Over* censurado en Gran Bretaña". Microhobby, n. 140, p. 5.

59. "La carátula de *Game Over* sufre una nueva censura en Gran Bretaña". Microhobby, n. 144, p. 6.

60. Computer & Videogames, n. 70, p. 118.

61. En el artículo se encuentra de todo, desde alabanzas al diseño hasta furiosas críticas por su dificultad. "*Game Over* parecía un juego de consola […] pero es un juego al que pretendo no regresar jamás". Retro Gamer, n. 75, pp. 68-69.

62. "En un lugar de la mancha". Microhobby, n. 140, pp. 18-19.

63. El diseño de este personaje, es curiosamente, calcado al del protagonista de *Nonamed*.

64. "Todo por amor", Microhobby, n. 158, pp. 22-24.

65. Preguntado por esos cambios, Carlos desvela aspectos del juego que nunca vieron la luz: "El primer juego que enseñé era bastante diferente: había un sitio donde había unos señoritos pequeños, los Inim, y no podías pasar. Tenías que ir a otra parte del mapa y conseguir un pollo asado, con ese pollo lo llevabas a los Inim y entonces se abría una puerta. No quedaba claro, lo quité. Luego, en la zona inferior del juego había un coche grandote y te subías y recorrías toda la parte inferior. No había juego ahí, así que también lo quité".

66. "Tras la salida de *Megacorp*, y visto que Dinamic parecía estar en buena disposición para comercializar mas aventuras conversacionales, un amigo y yo comenzamos a pulir conceptos que teníamos abocetados: uno de ciencia ficción con viajes temporales en pos de un crono-criminal, otro de conquistadores españoles en busca de oro en el Yucatán del S. XVI, y otro que era una parodia humorística de *Conan, el Cimmerio*, y que llamamos *Trakka, el Valenshiano* –comenta Lecuona–. Este último es el que pensamos que podría resultar más interesante. Comenzamos a perfilar el guión, los gags y a preparar gráficos pero Dinamic se replanteó el asunto de AD y entró en tratos con Andrés Samudio para que asumiera los desarrollos y la producción de aventuras con su propio estudio, juegos que Dinamic solo comercializaría".

67. El título contó con la tradicional portada de Azpiri que poco tenía que ver con la trama del mismo. Lo recuerda Lecuona: "Cuando Víctor me enseñó el cartel de Azpiri, con el que se haría toda la campaña, flipé en colorines. No tenía nada que ver con el juego, ni se salva a jóvenes pechugonas en peligro ni se lucha contra monstruos verdes con tentáculos, pero no me importó un carajo: el cartel era alucinante y punto".

68. Lecuona aporta las cifras de venta de *Megacorp*: "Por las declaraciones de *royalties* tengo constancia de 9.700 unidades vendidas". El desglose por plataformas también ayuda a hacerse una idea de la distribución del *hardware* en nuestro país: 4.262 de Amstrad, 4.125 de Spectrum y 933 de Commodore 64.

69. "Inicialmente, Aventuras AD iba a desarrollar sus propias aventuras con su equipo, pero también haría el trabajo de producción para los freelance que, hasta entonces, habían estado trabajando directamente con Dinamic. Hablé con Andrés Samudio [responsable de Aventuras AD] y nos propuso participar en la empresa como accionistas. Puesto que no andábamos muy sobrados de dinero, declinamos. Con el fin de seguir colaborando con 'buen rollo', propuso que contribuyéramos tan solo para tener una acción, y ser parte simbólica del equipo. Me pareció muy bien, y envié a Samudio un poder notarial para que firmase en mi nombre en la constitución de la empresa en Valencia. Pasaron los días, no tuve noticias y, finalmente, había cambiado de opinión y no quería que los freelance tuviéramos participación alguna, por muy simbólica que esta fuera", narra Lecuona.

Si hubo una consecuencia directa de la bajada de precios y del aumento de ventas que produjo en el mercado, esta fue la aparición de un estudio auspiciado por ERBE.

El nuevo estudio nació como extensión de lo que ERBE había puesto en marcha en 1985. Aunque su fecha oficial de nacimiento fue a a principios de mayo de ese año, unos meses antes se había producido un cambio de mentalidad respecto a los objetivos del grupo de desarrollo de ERBE. Lo cuenta José Manuel Muñoz: "Cuando terminamos *Las Tres Luces de Glaurung*, juego del que estuvimos cobrando *royalties* durante bastante tiempo, se llegó a la conclusión de que había que cambiar el modelo. No se pensó inmediatamente en crear Topo ni en contratar desarrolladores. Se puso un anuncio[70] en distintos periódicos y se pidió a la gente interesada en hacer juegos que pasara por ERBE donde les facilitaríamos consejos y medios técnicos para hacer su producto".

Se proporcionaron cuarenta o cincuenta equipos a gente muy joven que estaba estudiando y que también sentía pasión por el desarrollo. Pasaban por ERBE de tanto en cuanto para pedirnos consejos y mostrar sus progresos. En aquel entonces, observé un fenómeno: había gente que podía tener una capacidad técnica muy alta pero que por muy inteligentes que fueran no tenían la orientación adecuada para hacer un juego[71]. De toda la gente que pasó por allí sólo un cinco por ciento debió terminarlo. El resto no tenían ni idea de crear mapas interesantes o hacer que se movieran los personajes. Cosas que no se explicaban en ningún libro. Los libros te enseñaban a programar en ensamblador pero no a diseñar juegos. Lanzamos tres o cuatro títulos así y la gente que los hizo era la que menos ayuda necesitaba, porque eran precisamente los que ya tenían esa orientación. Hicieron sus juegos sin necesidad de pedirnos consejo".

El trío que había lanzado el primer juego desarrollado en ERBE pasó de las labores creativas a encargarse de la gestión de los proyectos ajenos para poder así lanzar más novedades durante ese 87 con un líder visible, Javier Cano: "La producción de un equipo formado por tres personas resultaba muy escasa para lanzar el nuevo sello y que adquiriese la importancia necesaria. Para asegurar unas ventas aceptables y una fácil distribución en el extranjero –apenas un par de juegos de media al año, incluidas sus versiones–, la dirección de ERBE decidió que me ocupase de coordinar los proyectos y del contacto directo con los freelancers, ya que había que generar más programas y de un nivel de calidad alto. Entre los tres les brindamos la ayuda técnica y el apoyo necesarios para llevar a buen término los juegos de cada equipo".

Antes de pasar a esos juegos debo llegar a la creación de Topo, que fue la que editó esos títulos creados por programadores externos. Dentro de ese grupo de colaboradores se encontraban los hermanos Martín, Julio y Gonzalo, que llegaron a ERBE después de su encontronazo con Dinamic durante el desarrollo de *Fernando Martín*. Julio recuerda perfectamente como Javier Cano, que era quien coordinaba los desarrollos, tenía una amplia lista de colaboradores: "Javier nos propuso trabajar con ellos. Nos enseñó un archivador con las fichas de absolutamente todos los colaboradores, o contactos, que tenía aunque no todos colaboraban. Había cerca de doscientas fichas allí en total. Nos apuntó e

inmediatamente empezamos a hacer cosas. Me encargó los gráficos para el *Stardust*".

Si tenemos en cuenta que los Martín llegaron a ERBE a finales del 86, nos podemos hacer una idea que durante esos primeros meses (enero, febrero) se pusieron en marcha los citados desarrollos. Llegó marzo, llegó la bajada, las arcas de ERBE se llenaron hasta las trancas y Paco Pastor vio clara la jugada, hacer un movimiento horizontal para tener presencia en todos los sectores del mercado: creación y distribución de juegos. Había nacido Topo Soft.

"Topo nació con todo el apoyo de ERBE, con todo lo que teníamos a nivel de medios técnicos. Tuvo una inspiración discográfica. CBS era por entonces la multinacional líder en el mundo del disco. Su filial española empezó siendo una simple distribuidora de los éxitos de Santana, Bob Dylan, Barbra Streisand o Chicago, entre otros. Una vez que quedó establecido su poderío en producto internacional y armada su red de distribución, empezaron a crear su propio catálogo nacional, cuyo primer artista fue Cecilia y a la que siguieron Ana Belén, Miguel Bosé o Pecos. De algo me tuvo que servir trabajar en CBS, primero en su departamento de Internacional y más tarde como director artístico de su producto local. El paralelismo con ERBE es evidente", explica Paco Pastor.

La historia del nombre del estudio también tiene miga. Ante el crecimiento que sufrió ERBE en las semanas posteriores a la bajada de precios, la compañía buscó una nueva sede, cerca de la Plaza de Castilla. "Las oficinas de la calle de Santa Engracia se habían quedado muy pequeñas, así que encontramos otras bastante más amplias que disponían de un enorme sótano para dedicarlo a almacén y montaje, con rampa directa a la calle. Justo debajo de la rampa había una gran sala, por lo que Paco pensó que sería idóneo para que sus 'locos' programadores estuviesen más aislados de la zona administrativa", recuerda Javier Cano.

El punto surrealista del nuevo lugar de trabajo lo dibuja Muñoz, que lo explica con su habitual gesto granítico: "La empresa se mudó varias veces de sede, cada vez a una oficina más grande, pero nosotros invariablemente seguimos yendo a zulos ultradiminutos y pequeños. Recuerdo uno en particular, al lado del almacén donde los chicos empaquetaban miles de juegos. Aquello superaba al sitio anterior, estaba justo debajo de la rampa de un garaje y cada vez que entraba y salía un coche, se escuchaba un ruido tremendo y caía polvo sobre nuestras cabezas".

La imagen de un grupo de programadores trabajando bajo tierra ha alimentado la idea de que Topo se llamó así para caricaturizar la situación laboral del equipo de desarrollo. La realidad fue bien diferente. Unas semanas antes de hacer oficial el nombre, se inauguraba en la estación de Atocha una tienda de videojuegos bautizada precisamente con ese nombre: Topo Soft[72]. La idea, aquí sí, venía propiciada por el hecho de encontrarse bajo tierra.

En un primer momento, Pastor tuvo a su equipo, y a algunos de sus colaboradores, buscando un nombre para el estudio, como explica Julio Martín: "Paco nos explicó que iba a crear un grupo de desarrollo propio".

— "Vamos a crear una firma de juegos que va a distribuir ERBE y vais a ser independientes, hasta cierto punto. Tenéis que pensar un nombre".

"Se fue al despacho y allí estábamos todos en una mesa a lo largo. Estaba incluso la chica que hacia los duplicados de las cintas. Nos pusimos a pensar como locos, Javier, Emilio, José Manuel, mi hermano Gonzalo y yo. Estuvimos desvariando, decíamos tal cantidad de paridas, de nombres de lo más ridículo que la chica de los duplicados estaba muerta de la risa. Y entró Paco de repente y dijo:

— "Dejadlo, ya tengo nombre".

"Y se volvió a ir. Javier Cano fue detrás de él y le dijo que el nombre escogido era Topo, por una tienda en los bajos de Atocha, en el metro, que se llamaba así y que vendía juegos de ordenador".

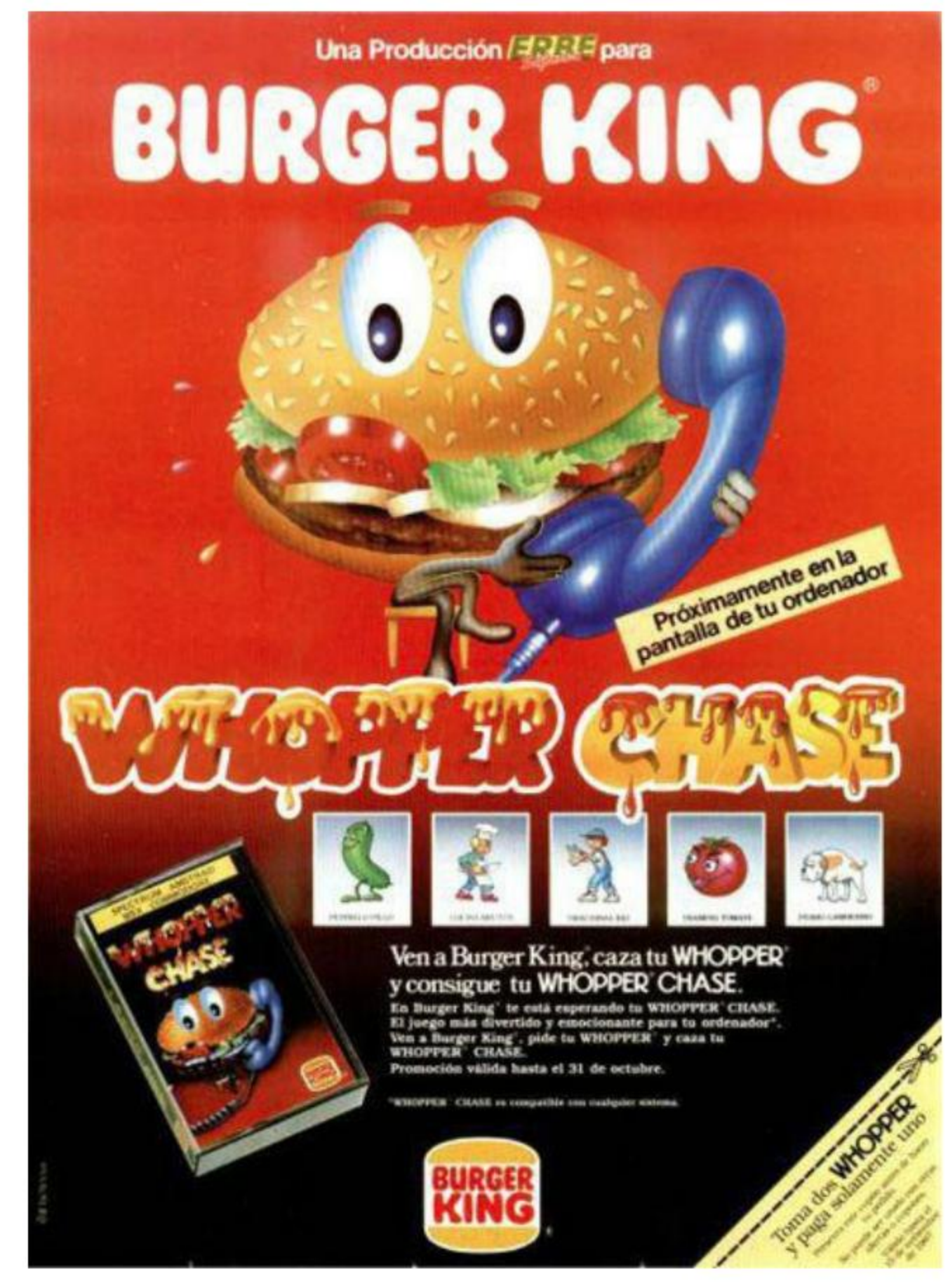
La historia la completa Pastor, que al ver que el nombre no estaba registrado y que sonaba bien, decidió que iba a ser la carta de presentación de su sello de videojuegos: "No tenía nada que ver con ERBE. Nos lo dijo uno de nuestros empleados: Topo y estaba bajo tierra, en el bajo comercial. No estaba registrada ni como tienda ni como nada de nada, así que también lo utilizamos. No creo que la tienda pusiera ningún impedimento, al contrario, la campaña le iba a venir de maravilla así que no tendrían ninguna queja".

Con el nombre decidido y un equipo de trabajo organizado, lo único que faltaba para salir a la calle eran los juegos. Los dos primeros, de hecho, ni siquiera lo hicieron bajo el sello de Topo. Contra la creencia generalizada, el primero fue uno que sólo se pudo jugar en la inauguración de un Corte Inglés en La Coruña, como recuerda Emilio Martínez.

"Esta era una de las ideas de Paco, que siempre venía y decía:

— "¡Se me ha ocurrido esto! ¿Lo podemos hacer? Sí, pues venga".

Se llamaba *Huepopi*, que estaba sacado de huevos, pollos y piedras, un juego muy sencillito, un *arcade* puro. Teníamos la Torre de Hércules y arriba había una especie de loco que tiraba piedras. El protagonista, a ras de suelo, tenía que saltarlas y sortearlas porque llevaba una cesta de huevos. A todo esto pasaban gaviotas que soltaban huevos y tú tenías que recogerlos. Se organizó un concurso y el que consiguiera más puntos ganaba un premio. Se hizo en una semana. Gráficamente no era la hostia, pero gustó. No se comercializó, se hizo expresamente para ese concurso. Fue la primera vez que hicimos un juego en dos días, antes del *Whopper Chase*".



Anuncio de *Whopper Chase*, uno de los primeros títulos de Topo Soft.

Ese segundo título que cita Martínez y que, erróneamente, se considera el primero de Topo fue otra de esas locas ideas de Pastor para desarrollar un juego en tiempo récord y que surgió de la manera más rocambolesca, en un encuentro entre el responsable de ERBE y su homónimo de Burger King en España: "El responsable era vecino y amigo y un día se le ocurrió como idea de marketing. Me lo dijo en una comida, en una barbacoa de estas de vecindad:

— "¡Coño! ¿Por qué no desarrolláis un juego?"

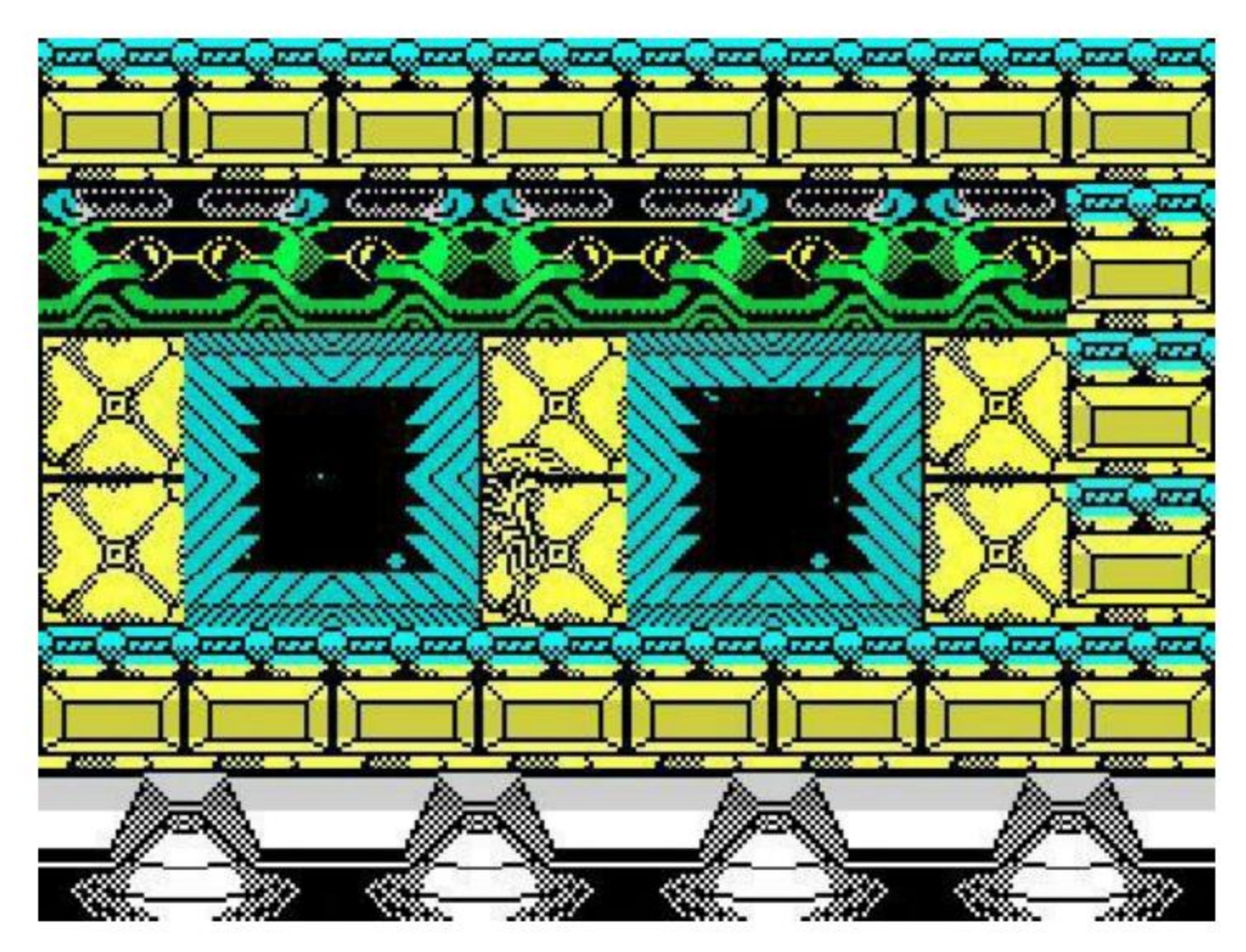
"No llevó el nombre de Topo porque al ser un producto promocional, bajo un punto de vista de imagen, a nosotros no nos interesaba que Topo figurara ahí porque se iba a regalar, era una pura cuestión de imagen".

Así se gestó *Whopper Chase*, otro desarrollo *express* diseñado para regalarse en todos los Burger King de España: "El juego se realizó al mismo tiempo para las cuatro plataformas de 8 bits en aquel momento: Spectrum, Amstrad, MSX y Commodore 64, y se grabaron las cuatro versiones en la misma cinta, por lo que no tenías que preocuparte por el ordenador que tuvieses –apunta Cano–. Aunque se trataba de un

juego sencillo, con una sola fase en donde se desarrollaba la acción, supuso para nosotros todo un reto. Sólo tuvimos una semana para desarrollarlo simultáneamente para cuatro plataformas, un tiempo récord, que llevaba consigo un enorme esfuerzo de coordinación entre todos los programadores".

Whopper Chase era otro *arcade* puro y duro deudor de lo rápido de su desarrollo. La acción transcurría en una cocina en la que controlábamos a un Whopper que iba en busca de cuatro sellos con los que llegar a un cliente que estaba esperando, precisamente, su Whopper. La miga del asunto es que el juego se regalaba en los Burger King al comprar dicha hamburguesa (la cadena daba un cupón a sus clientes en los que había varios premios, entre ellos el videojuego) y se convirtió en uno de los pocos de su época que aunaba las cuatro versiones de 8 bits en un mismo casete.

Llegó al mes de abril y en el suplemento Pequeño País de El País, aparecía la noticia que certificaba el nacimiento de Topo. "Disponen de medios adecuados y el apoyo de ERBE, que va a encargarse de la distribución. […] Trabajan simultáneamente en varias creaciones, pero su lanzamiento van a hacerlo con una selección de cuatro: *Survivor*, un juego de ficción científica, basado en el ambiente de la película *Alien; Cray-5*, que refleja la lucha entre un explorador espacial y un superordenador; *Spirits*, una aventura de magia y brujería, y *Colt 36*, que es un *spaghetti western*, pero en ordenador. El 1 de mayo, el Topo verá finalmente la luz".



Survivor, el primer juego de Rafa Gómez para Topo, estaba claramente inspirado en *Alien*.

La efeméride no cuadra demasiado por tratarse de un festivo –"no recuerdo la fecha exacta, pero no me extrañaría nada ya que ahí trabajábamos todos los días", certifica Cano–, pero en cualquier caso mayo fue el mes en el que Topo asomó el hocico por vez primera y lo hizo con los juegos anunciados.

Spirits fue, junto a *Survivor*, el más interesante de esta primera tirada. Voy a dejar el juego basado en *Alien* para un poquito más adelante y hablar de *Spirits*, que tenía una concepción muy original. La pantalla estaba partida en dos bloques horizontales. En el superior se veía al protagonista, un mago, y en la inferior se podían ver otras pantallas del castillo en el que nos encontrábamos. La propuesta mereció el esfuerzo de Topo por contar con el juego en todas sus versiones, algo de lo que no podían presumir esos primeros títulos. "Fue uno de los juegos desarrollados por un *freelance* a los que se le vio mayor

posibilidad en su lanzamiento y al que se le dedicó un gran esfuerzo en realizar versiones para otras plataformas", recuerda Javier Cano.

No se dio el mismo cuidado a dos de esos cuatro lanzamientos iniciales, que sólo vieron la luz para uno de los sistemas de 8 bits. Fue el caso de *Cray-5*, *arcade* en el que controlábamos a una especie de astronauta un poco al estilo *Jetpac*, que sólo vio la luz en Amstrad. *Colt 36*, que se publicó en exclusiva para MSX, era uno de esos títulos de disparos en los que teníamos que acabar con los enemigos escondidos que nos iban saliendo en un escenario determinado. La explicación a por qué el segundo fue una exclusiva es más sencilla de lo que parece: el programador entregó el juego para MSX y en Topo no se molestaron en hacer versiones por la simple razón de que implicaba escribir el juego desde cero. En todo caso, tanto Cano como Martínez reconocen que la decisión fue errónea en ambos casos.

"Fue una equivocación por mi parte no haber dedicado a este tipo de juegos un poco de esfuerzo para realizar versiones para otros ordenadores, especialmente para Spectrum, ya que prácticamente se vendía todo lo que salía al mercado y se hubiesen recuperado con creces los costes de desarrollo de las conversiones", recuerda Cano.

"Al igual que el anterior, *Cray-5* fue uno de los pocos juegos que sólo se lanzaron para una plataforma, en este caso Amstrad –prosigue el responsable del estudio–. Una lástima, porque el juego, sin ser un bombazo, era bastante adictivo y se mereció algo más. Quizá una versión para Commodore 64 hubiese sido idónea para aprovechar la parte gráfica y la calidad de sonido. Lo programó Salvador Casamiquela, y la música la compuso el genial 'Gominolas'".

Hago un alto en el camino de Topo ahora que aparece el nombre de 'Gominolas' para explicar uno de esos casos únicos y más curiosos de la Edad de Oro. César Astudillo, más conocido por 'Gominolas'[73], fue el encargado de poner la banda sonora a una gran cantidad de juegos de Topo durante sus primeros años. En una época en la que programadores y grafistas eran los que partían el bacalao, que 'Gominolas' sea recordado hoy en día es un hecho que sorprende al mismo Astudillo. Más aún si tenemos en cuenta que la música de los juegos, en la mayoría de sus ocasiones, se resumía al menú inicial y poco más, ya que las fases no solían tener acompañamiento musical.

"La combinación de melodías pegadizas y un pseudónimo memorable, aunque chocara un poco, hizo que la gente lo recordara. Me sorprende mucho el hecho. Es muy curioso porque cuando la gente está metida en una tarea orientada a objetivos, todo lo que sean obstáculos para llegar a ese objetivo se los salta como puede. Me resulta muy chocante que me recuerden por esa música porque tú lo que querías era jugar. Puede que en un momento dado, con el ordenador en reposo, la escucharas un ratillo. Mis melodías eran pegadizas, fáciles de recordar".

Como todos los personajes de esta historia, 'Gominolas' creció fascinado por lo que veía en los microordenadores. Pero además de un interés por la programación, llegó a iniciar un proyecto que nunca llegó a buen puerto[74], tenía devoción por la música.

"Hacía solfeo y estaba intentando encontrar el instrumento que me gustara. Hice experimentos con el violín o la flauta pero necesitan mucha práctica y disciplina para poder dominarlos. Acabé tocando el órgano electrónico y más tarde los sintetizadores, que fue lo mío. Al teclado en seguida le sacas partido, es mucho más agradecido, más gratificante".

En estas que Astudillo, con sus habilidades con el teclado, se topó con el famoso anuncio de ERBE solicitando programadores. "Un día vi un anuncio en la revista ZX. ERBE buscaba talentos para hacer videojuegos. Y el anuncio era terriblemente *overpromising* porque decía:

— 1. Escribe el CV.

— 2. Envíanoslo.

— 3. Elige tu Porsche

"Era una promesa de que serías instantáneamente rico y famoso si te metías en el mundo del videojuego. Fui con un amiguete y nos dijeron que si teníamos una propuesta para un juego, que pensáramos una y escribiéramos un guión. Al mismo tiempo les dije que creía que podría hacer música para videojuegos".

— "Decidme un juego que estéis haciendo y os traigo una música acorde".

"Me enseñaron la portada del *Survivor*, fui a casa e hice la música. La llevé, les gustó, me la pagaron y me encargaron otra. Y así me convertí en el músico pseudo oficial de Topo. Me llamaban, me enseñaban la portada del juego, me decían de qué iba a ir y al cabo de una semana tenían la melodía".

Por esas composiciones Astudillo se llevaba un dineral: "Cobraba 15.000 pesetas por juego. Estaba muy bien pagado, podía hacer dos o tres al mes. Sacaba 30.000 y, para alguien que no curraba, me daba para pagarme caprichitos. Daba de comer a la bestia, a mi propio Spectrum".

El proceso de composición de las músicas para aquellas máquinas no era nada sencillo. Los sonidos de los juegos de 8 bits eran equivalentes a las prestaciones de las máquinas. No hay más que echar un vistazo a la potencia gráfica de un Spectrum para saber de qué hablo. El estilo musical era tan peculiar que con los años ha derivado en un género musical[75].

Anuncio de ERBE para captar programadores para Topo. La publicidad no era *nada* engañosa.

"Hacía música para Spectrum que tenía un solo canal de sonido. Podías hacer truquitos para que sonaran dos líneas de melodías al mismo tiempo, pero muy paleolítico. Amstrad y MSX tenían el mismo sistema, un chip que permitía tres canales de sonido independientes y un cuarto canal de ruido. Se podían hacer cosas bastante chulas, se podía componer. C64 tenía un chip mucho más evolucionado con el que podías elegir forma de onda, tenía filtros. Podía llegar a sonar muy bien".

Por mucho que diga Astudillo, no parece muy serio pensar que aquellas máquinas tuvieran capacidad para emitir melodías con cara y ojos. Y, aunque parezca mentira, Gominolas, como muchos otros, fue capaz de sacarle partido e incluso adecuarse a las temáticas del juego en cuestión.

"Hacia música como muy de género. Si había que hacer el *Rock 'n Roller*, un rock & roll. Si había que hacer *Chicago's 30*, un charlestón. Si había que hacer *Coliseum*, intentaba una música de trompetas como si fueran romanos. Soy el séptimo hijo de una familia numerosa y crecí escuchando lo que le gustaba a mis hermanos mayores. En aquel momento escuchaba mucho rock progresivo de los setenta, grupos como Emerson Lake & Palmer, Yes, King Crimson… Hay un juego, *Ale Hop*, cuyo primer verso de la música es tal cual la misma melodía de un tema de Emerson Lake & Palmer que se llama *Benny the bouncer*. Me hizo gracia porque primero pensé en hacer una melodía y luego me di cuenta que era un plagio involuntario. ¡A tomar por culo! Tiré *p'alante*. Me hizo gracia porque la traducción es Benny el gorila, pero literalmente es Benny el que bota, y como el juego era sobre una pelota que botaba, era como un guiño y lo deje así. En aquel tiempo escuchaba Diálogos 3 con Ramón Trecet, y sacaba mucho a Bobby McFerrin, que luego se hizo famoso con *Don't worry be happy*. Sus obras más impresionantes son las que canta a una sola voz. Tenía una técnica, un registro tan amplio y una garganta tan ágil que era capaz de saltar de una nota a otra, de notas muy bajas a notas muy altas, y cuando lo escuchabas parecía que eran dos tíos, cuando lo que hacía era una melodía por arriba y un bajo por abajo. Esa técnica de alternar notas bajas y altas para poder dar una ilusión de polifonía es lo que usaba en el Spectrum, que cantaba como si fuera Bobby McFerrin".

Si nos vamos a la primera tarea que Astudillo realizó para Topo nos daremos de bruces con el cuarto juego que lanzó el estudio y que aún no he comentado: *Survivor*. Y lo he dejado para el final porque me permite introducir a otro personaje vital para entender el estudio: Rafael Gómez.

Andaluz de nacimiento, como José Antonio Morales de Opera o el mismo José Manuel Muñoz de Topo, Gómez ni siquiera se inició en la informática con una máquina propia, sino que lo hizo tirando de amistades privilegiadas.

"Hacía juegos y los enviaba a las revistas, pero ni siquiera tenía ordenador. Programaba con el de un vecino. Él hacia los gráficos y yo el programa. Los envié a Micromanía y a raíz de eso pude comprar mi ordenador y empezar a programar un juego de Spectrum, con un planteamiento serio, todo hecho con código máquina".

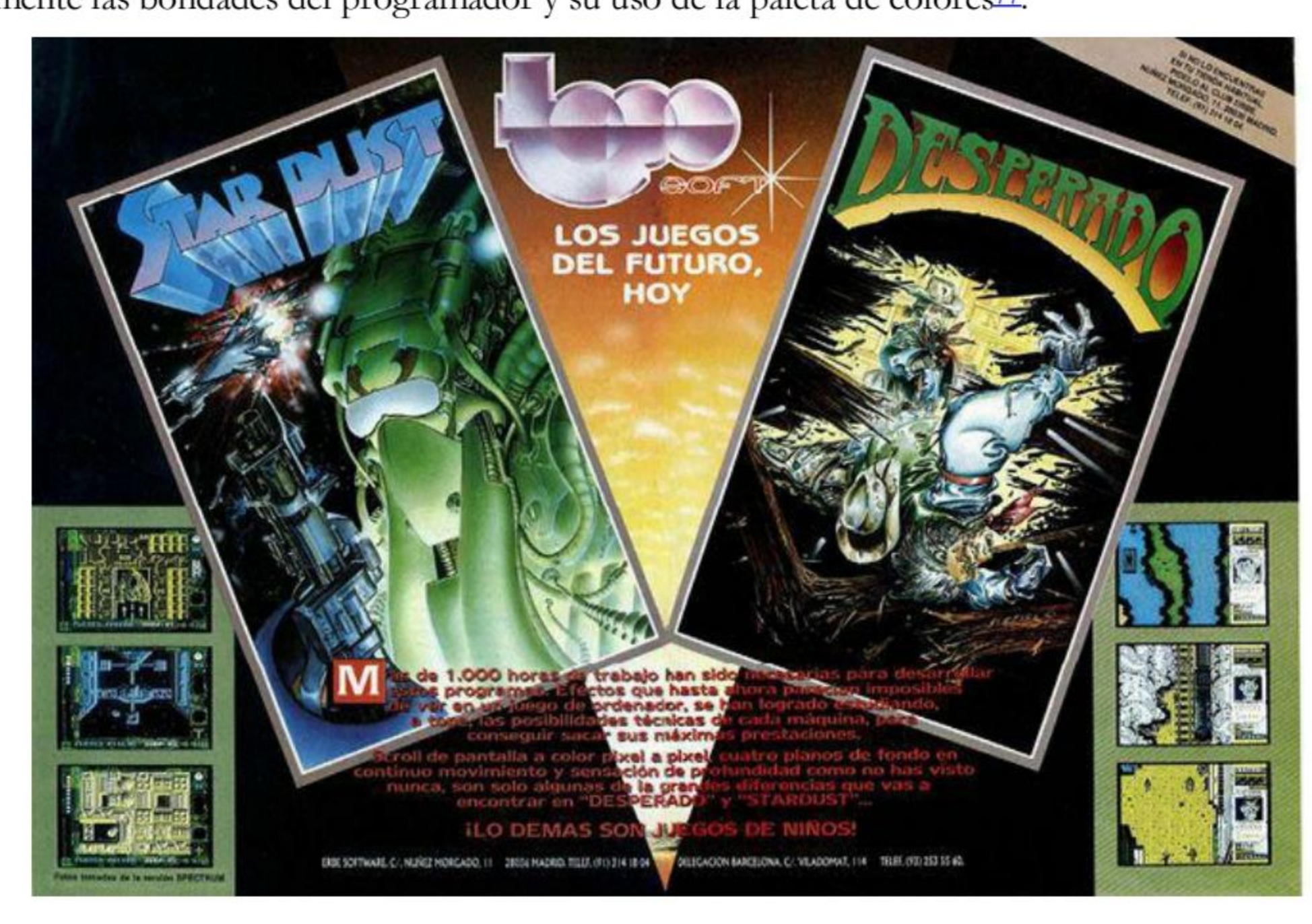
Ese primer juego pensado con herramientas profesionales fue el que le abrió las puertas de ERBE, primero, y de Topo después. "Era un matamarcianos un poco atípico, se llamaba *Fobia*, en el que no podías disparar nada e iban cayendo rocas. Las que conseguías atrapar las disparabas e ibas abriendote camino a través de naves o una especie de trituradores. Lo envié a Dinamic, a ERBE y me llamaron todos. Lo querían. Lo iba a publicar con Dinamic pero Paco Pastor me lo compró aunque nunca se publicó, creo que para que no se lo llevara Dinamic", bromea.

Después de la mili, en la que duró un mes –"conseguí una excedencia"–, Gómez se puso manos a la obra junto con un amigo para dar forma al que iba a ser su primer proyecto con Topo con los beneficios obtenidos por la venta de su matamarcianos. "Con lo poco que saqué, creo que me pagaron 150.000 pesetas que estaba bien para la época, lo invertí en ampliar mi Spectrum a 48 kbs. Nos planteamos un juego con un vecino que hacía unos gráficos muy chulos e hicimos *Survivor*. Por aquella época se había estrenado *Alien* y nos fascinó el personaje. Y, joder… a mí el que me molaba era el alien, no los humanos –bromea–. Dimos la vuelta a la tortilla y lo publicamos con Topo".

Gómez era de aquellos pocos programadores que, como decía Muñoz, no necesitaban mucha guía por parte del equipo de ERBE situado en Madrid y con un par de visitas a la capital tuvo listo el juego: "Pastor vino a vernos a Córdoba y nosotros en alguna ocasión fuimos a enseñarle cómo iba el juego. Pero vamos, que tampoco recibimos mucho apoyo".

Tal como dice Gómez, *Survivor* es una vuelta de tuerca a *Alien* sin ningún tipo de rubor. Vamos, que de haberse producido hoy, el pleito por plagio habría llegado a los pocos días de publicarse el juego. En su momento, pasó completamente desapercibido. "No existía ni la SGAE ni nada parecido, ¡por suerte! –bromea–. Está basado en el personaje, tiene la cabeza pepino, pero es como una historia paralela. Cualquiera que lo viese lo identificaba, pero tampoco lo vendíamos como tal. Lo vendíamos como un extraterrestre que se adentraba en una nave de otros extraterrestres y su única misión era sobrevivir. Para ello tenía que plantar una serie de vainas en unas incubadoras que había en la nave, una especie de arca de Noé. Al fin y al cabo era un juego de plataformas y queríamos hacerlo muy vistoso, con mucho colorido. Para una máquina como el Spectrum, en la que básicamente todos los juegos eran en gris, era una novedad. A mí me gustó mucho".

El título fue el primero de Topo que llegó al extranjero, de la mano de U.S. Gold, y lo hizo con unas críticas bastante tibias (aprobados raspados a excepción de un 70% en Crash[76]) pero que destacaban precisamente las bondades del programador y su uso de la paleta de colores[77].



Topo aprovechó la llegada de Azpiri para publicitar sus títulos a lo grande en Microhobby.

Con esa primera tirada, Topo salía al mercado y ponía en marcha sus lanzamientos de cara a la segunda época fuerte del año: las navidades. Es Pastor el que, en un momento de nuestra charla, confirma que el mejor momento para las ventas a finales de los ochenta eran algo diferentes a las de la actualidad: "Las épocas fuertes eran Navidad y principios de verano. Coincidiendo con los fines de curso y primeras comuniones. Abril, mayo, junio, eran buenas fechas. Pero no había tanta estacionalidad como luego existió, y existe, en el videojuego de consola. Ahora el 80% de las ventas se condensan en noviembre-diciembre".

Desperado era una copia, bastante descarada, del conocido *Gun Smoke*.

Con esa hoja de ruta en mente, el estudio preparó dos lanzamientos más para finalizar el año: *Desperado* y *Stardust*. El primero fue otra de esas conversiones / homenajes / plagios que ya he explicado en este libro. Esta vez el objeto de estudio era *Gun Smoke*, una recreativa de Capcom que era un *arcade* de *scroll* vertical ambientado en el oeste. A diferencia de los primeros proyectos, Cano estuvo metido de cerca en el desarrollo: "Guardo un especial recuerdo de *Desperado*. Estaba basado en el conocido *Gun Smoke*, un maravilloso juego para máquinas recreativas de la época, al que me encantaba jugar en un restaurante cercano a las oficinas de Topo. El desarrollo técnico era bastante complejo porque todo el juego se basaba en una vista aérea con un desplazamiento que debía ser lo suficientemente suave para que el efecto visual resultase creíble, cosa que no resultaba nada fácil de conseguir en ordenadores de 8 bits tan limitados".

Pese a la obviedad de la influencia de *Gun Smoke*, en Topo por lo menos optaron por darle un final, a su manera, que salió de la mente de Julio Martín: "Hicimos un jinete, se fumaba un cigarrillo y había una animación con la Luna al fondo y un lobo que aullaba. Después aparecían los créditos como en una película. Nos los curramos en broma poniendo nombres a los personajes como si fueran de cine: había uno que era Melón Blando, como Marlon Brando, otro era Gregorio Pecas. En los créditos de la parte técnica nos pusimos nosotros, también de broma: director de la película, Juan Carlos García, el

programador; productor, Javier Cano; yo me puse como efectos especiales; mi hermano como orquestación; 'Gominolas' compositor de la música".

Ya fuera por el logro técnico de trasladar *Gun Smoke* a máquinas de 8 bits, por la calidad del juego en sí o por ser una de las dos primeras portadas de Azpiri para Topo[78], *Desperado* fue uno de los primeros grandes éxitos del nuevo estudio. A unas críticas inmejorables en Microhobby[79] hay que añadirle las veinte semanas que apareció en la lista de más vendidos de dicha revista, de las que quince fueron de manera consecutiva y en las que copó la primera posición durante unas cuantas ocasiones. Vamos, un exitazo total para Topo y para Erbe que, de nuevo, salió en el extranjero.

Allí, ante lo evidente de las similitudes con *Gun Smoke*, el juego salió con el mismo título de la máquina, posiblemente porque U.S. Gold tenía la exclusiva para hacer versiones de las recreativas de Capcom. Pese a remitir a un clásico de las salas, las críticas fueron bastante duras, con una colección de aprobados raspados e incluso suspensos en Your Sinclair, ACE o Crash, que criticaban la pobreza de la conversión, a excepción de un nueve como una catedral que llegó desde las páginas de Sinclair User[80].

Stardust no tuvo el mismo reconocimiento. Y no fue por su calidad. El juego era una una mezcla entre un matamarcianos clásico y un *arcade* convencional. Programado por los hermanos Arévalo –"eran unos fieras tremendos", recuerda Emilio Martínez–, compartía con *Desperado* el *scroll* vertical aunque Microhobby no fue tan entusiasta como con su compañero del oeste[81].

Con *Stardust*, Topo puso el broche al 87 con seis lanzamientos y un primer superventas como *Desperado*. Con el nuevo año, la situación iba a cambiar de manera radical en el nuevo estudio, tanto a nivel de planteamiento como de personal. Lo hizo con la contratación de un equipo que pudiera dar salida a una decena de lanzamientos al año y un cambio en la dirección del estudio que trajo cola, mucha cola.

70. El anuncio, aparecido en la Micromanía de septiembre del 86, era de lo más pintoresco. Rezaba: "1. Ponte en contacto con nosotros. 2. Desarrolla tus ideas con nuestro equipo de expertos. 3. Ve como tu proyecto sale al mercado con una buena presentación y una gran promoción. 4. Ve como sube en las listas. 5. Ponte cómodo. 6. ¡Elige tu Porsche! 7. Reserva tus vacaciones en Hawai. 8. Busca un asesor para hacer tus declaraciones de hacienda". Micromanía, época 1, n. 15, p. 34.

71. "Recuerdo a unos chicos en particular que tenían una verdadera manía por hacer una rutina capaz de dibujar no sé cuántos *sprites* sin que les pillara el barrido de la televisión. Cuando les pillaba, el *sprite* que estaba en movimiento quedaba feo porque se partía. Resolvieron el problema como en dos semanas, dejándonos alucinados a todos, y luego se tiraron tres meses perfeccionándolo sin que se terminara el juego. Casos como esos hubo muchos".

72. "Topo: El *software* más *underground*". Microhobby, n. 88, p. 5.

73. El nombre apareció gracias a una parte de su fisionomía: "Me puse ese pseudónimo porque tocaba en un grupo y el bajista me llamaba así por mis orejas. Yo era un crío, él era mayor. Pasaba a mi lado, me tocaba el lóbulo de la oreja y me decía: 'gominolasssss'. Me hizo gracia y me quedé con 'Gominolas'".

74. Se trataba de *Zero Kelvin*, juego que hasta tenía portada de Azpiri, y que nunca vio la luz aunque se llegara a anunciar en enero del 88. En nuestra entrevista, me comentó la génesis del título: "Era el 87, el Muro de Berlín no había caído y estábamos todavía en plena paranoia nuclear. Se hablaba de la opción cero, que no hubieran misiles balísticos intercontinentales. Yo decía que la mejor era la cero absoluto: que no hubiera armas nucleares de ningún tipo. A esa situación la llamé zero kelvin y el juego iba de que los rusos y los americanos habían llegado a la paz y habían decidido destruir todas las armas nucleares. Pero había una isla de silos de misiles en el Pacífico gobernada por un ordenador que era muy facha y decidía que el gobierno de Estados Unidos se había bajado los pantalones y que iba a lanzarlos. Antes de que se lanzaran, un pequeño comando formado por un ruso y un americano tenían que desactivar el robot central. Era vista cenital, un poco como el *Gauntlet*, el americano disparaba con metralleta y el ruso llevaba un *bazooka* que disparaba un misil teledirigido. Hasta que explotaba, controlabas al cohete, que era una bala que podía doblar esquinas y abatir obetivos fuera de alcance".

75. Hay infinidad de nombres, aunque los más conocidos son el Bit Pop o el Chiptune, que se dedican a hacer melodías basadas en la gama de sonidos con la que se trabajaba en los 8 bits. La famosa sintonía de Super Mario es un buen ejemplo de este tipo de composiciones.

76. Crash, n. 44, p. 21.

77. Your Sinclair, n. 67, p. 63.

78. La otra fue *Stardust*, juego que salió a la par que *Desperado*. Aunque el lector se pueda hacer una idea, no está de más recordar que la llegada de Azpiri a Topo supuso un empujón considerable para la imagen del estudio, de la misma manera que sucedió en su día con Dinamic. Especialmente beneficioso para Topo iba a ser el 88, cuando la producción interna, y la de Azpiri, se dispararon.

79. "En resumen, otra vez los señores de Topo Soft vuelven al ataque con un programa que, estamos seguros, os puede hacer perder la cabeza o, por lo menos, la cabellera. Excelente". "La estrella de Texas", Microhobby, n. 154, pp. 22-25.

80. Sinclair User, n. 74, p. 39.

81. Aún así, la nota fue un ocho. Microhobby, n. 155, p. 31.

Si 1986 fue un año en blanco para Opera en lo relativo a lanzamientos, entre la organización del equipo, el traslado y la puesta en marcha de los diferentes proyectos el año pasó volando, el 87 fue el que por fin el estudio pudo asomar la cabeza para dejar su impronta en el mercado con tres juegos de producción propia y un cuarto que se encargaron de distribuir.

No fue un mal año para Opera. De hecho, entre esos cuatro lanzamientos están sus dos juegos más recordados, *Livingstone, Supongo*, obra de José Antonio Morales y *La Abadía del Crimen*, el juego de Paco Menéndez, ex Made in Spain, que Opera publicó después de que este acudiera al estudio para conseguir ayuda con la distribución y la programación de la versión para PC. Por si fuera poco, al equipo se unió la última pieza del engranaje: un tal Gonzalo Suárez, aunque para conocer su historia habrá que esperar hasta que llegue el 88.

Dejo aparcada la obra de Menéndez durante un momento ya que merece un capítulo aparte para pasar a la producción propia de Opera, que daba muestras de vida en Microhobby durante la primera quincena de febrero[82], precisamente en el mismo número en el que se anunció la famosa bajada de precios de ERBE.

Los títulos con los que Opera salió a la calle fueron *Livingstone, Supongo* y *Cosa Nostra*[83]. El primero fue obra de Morales, que aunque era un desconocido para el gran público, había demostrado su solvencia en Indescomp. El segundo sí que venía de la mente de un peso pesado como era Paco Suárez. Pero, en su momento, la autoría era irrelevante para el gran público porque Opera no firmaba sus juegos. Descifrar quién estaba detrás de cada uno era una misión casi imposible.

Aunque Suárez tenía el crédito de haber hecho en su día *La Pulga*, fue la obra de Morales la que atrajo toda la atención. *Livingstone, Supongo* se basó en las aventuras que vivió en sus carnes un reportero del New York Herald, sir H. Morton Stanley, para dar con el explorador David Livingstone en la África del siglo XIX.

El juego, que fue y sigue siendo un icono tanto de Opera como del *software* español, se distinguía por varios aspectos. El primero, un acabado que explotaba las capacidades de todas las máquinas para las que salió. O dicho de otra manera, el sistema de producción de Opera demostró que el PMDS permitía sacar un producto de muy alta calidad para muchos ordenadores sin una gran pérdida de tiempo y de recursos. *Livingstone* también volvía a una temática de aventuras en un lugar exótico que las grandes casas españolas no tocaban desde la trilogía de Johny Jones. Pero si algo marcó a *Livingstone, Supongo* fue su exagerada dificultad[84], que dejaba a la de títulos como *Profanation* en pañales –"era terrorífico, lo peor. Difícil… Hay muchas pantallas donde si no entras haciendo dos o tres operaciones a la vez no sales vivo", recuerda Morales, padre de la criatura– y un final en el que después de sufrir lo indecible, el protagonista se encontraba con un explorador que no era Livingstone.

Los miembros de Opera en su recién estrenada oficina. El peluche, que les acompañaba en todas las fotografías, era "un regalo" de los compañeros de Indescomp.

"Llegamos al final del desarrollo y no teníamos memoria –explica Morales–. Teníamos cuarenta kilobytes. Al planificar los juegos nos proponíamos tener un guión hasta el final. Con gente de esta calaña, no [era posible] –bromea–. Cuando llegamos al final no había memoria. Y para poder terminar, o quitábamos cosas o ¡qué hacíamos!"

¿Y que hicieron? Finalizarlo todo con una última pantalla digna de un *gag* de los Monty Python. Stanley, plantado en mitad de la misma, ve a un tipo con pinta de ser su objetivo al que espeta: "Livingstone, supongo". La respuesta, breve, escueta, da por zanjada la historia: "No".

"No sabíamos como coño terminarlo –admite Morales–. Después de aquella amalgama de aventuras, *p'arriba, p'abajo*, de haber puteado a la gente hasta lo indecible, porque era difícil de cojones, terminaba como terminaba, sin ninguna intención de nada. Creo que no se lo ha acabado nadie nunca".

¿Por qué lo dice Morales? Porque cuando un par de años más tarde lanzó la secuela, muchos dieron por hecho que la jugada se había hecho a propósito. Pero sigo con el original, porque el juego aún tiene miga, incluida su concepción y la decisión sobre el desenlace del título.

"Se me ocurrió en uno de mis viajes a mi pueblo, Loja, en Granada. En el kilómetro 75-80 de la carretera de Andalucía hay un restaurante con forma de molino donde paraba el autobús. Estaba en el bar tomando un bocadillo y el refresco de turno y vi una cinta de música que tenía dibujado un explorador en la portada, esa fue la inspiración. Durante los siguientes cuatrocientos kilómetros de viaje acabé de idear el juego.

"No se llamó *Livingstone* desde el principio. Ningún juego de Opera tuvo el nombre comercial que tenía durante el desarrollo. *Livingstone* era *Explorer*. El nombre se lo puso Ernesto Fernández Maquieira. ¡Es de lo más de Opera que te puedes echar a la cara! –bromea–. Fue una idea de Ernesto. Eran muy típicos esos nombres: *Explorer*. Me gustaba terminar los juegos en "-orer". Muy poco profesional…

— "Esto no se puede llamar *Explorer*, macho".

— "¿Cómo lo llamamos?"

— "Un explorador… ¡Coño! ¡Livingstone!"

"¡Esto cuando el juego ya estaba terminado, eh! Nos parecía fantástico y a mí me encantó la idea. ¿Qué se nos podía ocurrir para el final? La historia de Livingstone. Que el protagonista no fuera Livingstone, sino Stanley. Que cuando llegara, con una mala folla granadina, no encontrara a Livingstone, que es a quien se suponía que estaba buscando. ¡Pero sin ninguna mala intención!", ríe al recordarlo.

La mezcla de la endiablada dificultad unida a una buena jugabilidad y a un apartado gráfico más que correcto hicieron de *Livingstone, Supongo* uno de los éxitos más sonados de Opera y más recordados con los años. Microhobby daba fe de ello –"Opera Soft ha entrado en el mundo del *software* con un programa magistral[85]"– e incluso los medios ingleses, tan dados a rebajar expectativas, se ponían de acuerdo con notas que rondaban en todos los casos entre el siete y el ocho[86]. Curiosamente, fue el único título de Opera que salió al extranjero, un movimiento un tanto extraño ya que el estudio lanzó más de uno, de dos, y de tres juegos que merecían haber tenido eco más allá de nuestras fronteras.

Detalle de *Livingstone, Supongo*, uno de los títulos clásicos de Opera y también de los más difíciles.

"Fuera de España fue el único juego de Opera que funcionó bien – explica Morales–. No ganamos dinero porque nunca llegamos a cobrar *royalties*. Era muy complicado, no teníamos un financiero y nuestra estructura no era una estructura financiera. Si no cobrabas lo intentabas, aunque era complicado".

Por si fuera poco, y con esto zanjo el tema *Livingstone, Supongo*, la creación de Morales le ha servido a su creador para sacar ventaja incluso en situaciones complicadas. La anécdota, de boca del propio andaluz, es desternillante:

"Recuerdo una reunión dura en un banco, cuando trabajaba en Canal Satélite con un tipo de 4B. Pero dura, de decir, aquí va a haber hostias. No sé cómo salió el tema con el banquero:

— "¡Joder, es que esto no es un puto videojuego!"

— "Oye, perdona, tampoco tenían nada de malo los videojuegos".

— "¡Estoy de mala hostia, que esto no es el *Livingstone, Supongo*!"

— "Perdona, con el *Livingstone, Supongo* no te metas."

— "¡¿Y eso por qué?!"

— "Porque lo he hecho yo".

— "¡Una polla!".

— "¡Te lo juro!"

— "¿Cómo te llamas?"

— "José Antonio Morales".

— "Me cago en la hostia, encantado de conocerte, ¡joder!"

"Y a partir de ahí, una suavidad…", bromea[87].

Junto a *Livingstone*, Opera publicitó a toda página[88] un título ambientado en el mundo del crimen y los bajos fondos: *Cosa Nostra*. Realizado por Paco Suárez, se puede considerar el primer y último juego que realizó para Opera Soft si me pongo quisquilloso (años más tarde haría la secuela de *La Pulga*, que apareció bajo el sello Opera Plus, heredera de Opera Soft). El título era un *arcade* normalito en el que teníamos que acabar con todo bicho (o gangster) viviente que se nos cruzara por la pantalla, pero que tampoco tuvo un impacto excesivo en su época.

Como he dicho, *Cosa Nostra* fue el único juego que Suárez lanzó con Opera. ¿Qué le motivó a dejar de banda la parte lúdica? "Al contrario de lo que se cree, a Paco Suárez le encantan los videojuegos pero cuando estaba en Opera hizo… *Cosa Nostra* –explica Morales–. Se dedicó a hacer las herramientas con las que trabajábamos, que eran suyas. Es un caballero andante. Hoy está en el mundo de los videojuegos, mañana no quiere saber nada de los videojuegos. Más tarde ha trabajado conmigo, ha estado en Antena 3. Paco es un genio, ha estado haciendo *software* para cazas de combate con Pedro Ruiz. Y tiene temporadas que adora los videojuegos, como ahora, y tiene temporadas que odia los videojuegos. Y ahora está en la etapa que quiere a los videojuegos[89]".

Detalle de los títulos de lanzamiento de Opera: *Cosa Nostra*, *Livingstone, Supongo* y *The Last Mission*.

El mismo Suárez corrobora la opinión de Morales con unos argumentos que ya en su momento dejó entrever en una entrevista con Amstrad Sinclair Ocio[90]: "[El videojuego] siempre me ha parecido un

tema muy interesante porque técnicamente se resuelven problemas muy interesantes. Lo que no me gusta es estancarme y hacer siempre lo mismo. Estudiar, encontrar cosas, tecnologías nuevas, nuevos algoritmos, nuevas maneras de aplicar algo que conoces... todo eso me divierte. Cuando tenía que repetir la misma cosa no me divertía… lo odiaba. Ahora bien, cuando se trataba de inventar o de innovar sí que me gustaba. "Luego, a todo lo que me he dedicado tiene relación: comunicaciones, control industrial, aviónica, proceso de imagen… No he estado nunca muy alejado de lo que era el videojuego, que tiene un poco de todo eso. Tiene imágenes, control, simulación y lo único nuevo que he añadido a mis experiencias han sido quizá bases de datos y comunicaciones".

Ambos títulos aparecieron sobre las mismas fechas en las que ERBE anunció la bajada de precios y desmontaron por completo el modelo de negocio que Opera tenía previsto. Un bajón, y de los grandes. "Todavía no estábamos con Paco Pastor. Vendíamos los juegos puerta a puerta en las tiendas y los cobrábamos muy caros. Los vendíamos con comerciales nuestros, todas las versiones", señala Morales.

La plantilla de Opera en su oficina, rodeados de terminales del PMDS. A la izquierda se puede ver a un jovencísimo Gonzo Suárez.

Aunque la diferencia en las cifras de venta era notable, Morales asegura que, con el cambio, lo único que ganó Opera fue tiempo para seguir desarrollando juegos con la inseparable compañía, como no, del líder del mercado en ese momento: ERBE.

"¿A qué precio [se vendían antes de la bajada]? ¿Y con qué margen? Los vendíamos con un empaquetamiento muy bueno, de calidad. Los vendíamos con unos márgenes grandes y haciendo caja día a día. Y llegó el señor Paco Pastor con una bajada de precios de 2.100 a 875 y nos fuimos a MCM. Bajó

la calidad del empaquetamiento aunque el juego era el mismo. Pasó con el mercado lo que todo el mundo sabe. Fue complicado pero no nos vamos a quejar porque le hizo durar mucho tiempo. Pasamos de vender muy pocos títulos a un precio alto a vender muchos más títulos a un precio más bajo, que es lo que perseguía Paco y lo que consiguió".

Con el mercado ya asentado en las 875 pesetas, Opera lanzó durante el verano del 87 el tercer título en el que había trabajado desde sus inicios. Esta vez, la novedad era el juego que Pedro Ruiz llevaba desarrollando desde los primeros días del estudio y tenía por nombre *The Last Mission,* un *arcade* discreto ambientado en una tierra dominada por máquinas. Fue uno de los pocos juegos que salió íntegramente de su imaginario personal[91] aunque, como recuerda el mismo Ruiz, colaboró estrechamente en los siguientes meses en infinidad de versiones, siguiendo el estricto esquema de trabajo de la compañía.

"Éramos un equipo y todo era de todos. Hice las versiones de PC de casi todos. Normalmente se desarrollaba en Amstrad porque era el más versátil en cuanto a colores y sonido. Cuando se acababa un juego se distribuía entre todos los programadores para sacar las versiones, todas, a la vez. El programador llevaba seis meses desarrollando un juego, no le podías decir que se pusiera a hacer versiones. Se pegaba un tiro. Lo que hacíamos era repartirnos sistemas entre todos. No hice el *Livingstone, Supongo* pero hice la versión de PC, seguro. Esas me las comía yo todas, las del PCW, también. De Amiga también hice alguna".

Con un equipo pequeño, los primeros meses de Opera no fueron excesivamente fructíferos en cuanto a novedades. Hay que recordar que además de hacer juegos, el equipo también estaba inmerso en los encargos de Philips, algún que otro trabajo esporádico como una versión de *Camelot Warriors* para Commodore 64 (sí, sí, el de Dinamic) y que sólo contaban con cinco personas para desarrollar todas estas tareas. No fue hasta los primeros meses, después del lanzamiento de *Livingstone, Supongo*, cuando el equipo amplió su plantilla con un nuevo programador. Pero ese es un tema que lleva directamente a los lanzamientos de Opera del 88, por lo que lo aplazaré hasta entonces. Aunque todavía me queda hablar de un último título que Opera distribuyó, y por el que se le recuerda junto a *Livingstone, Supongo.* Un juego que transcurre en una Abadía dejada de la mano de dios y en la que una serie de misteriosos crímenes han alertado a los monjes que la habitan.

82. Curiosamente, Micromanía da por hecho que *Livingstone, Supongo* sale a la venta en noviembre aunque el resto de publicaciones no hablaron del juego hasta febrero del 87. Micromanía, primera época, nº 18, p. 34.

83. "*Livingstone, Supongo* y *Cosa nostra*, primeras creaciones de Opera Soft". Microhobby, n. 115, pp. 4-5.

84. Pedro Ruiz, sobre la dificultad de sus juegos: "Se nos criticaba mucho que los juegos eran difíciles. Ya que pagabas lo que pagabas, que por lo menos te durara tres o cuatro semanas".

85. "Tras las huellas del dr. Livingstone", Microhobby, n. 116, pp. 12-13.

86. Sinclair User, la más entusiasta, lo catalogaba como "una original vuelta de tuerca al juego del escondite". Sinclair User, n. 64, pp.28-29.

87. Del éxito que le supuso a Opera el lanzamiento de títulos como *Livingstone, Supongo* da fe Pedro Ruiz: "A nuestras oficinas venía gente a comprar directamente los juegos. El gran Wyoming estuvo en Opera. Recuerdo que había gente que venía cada semana para ver si sacábamos alguna novedad e incluso un pirado del Banco Atlántico aparecía por allí para ver cómo programábamos".

88. Microhobby, n. 116, p. 2.

89. Cuando hicimos la entrevista, Suárez acababa de publicar una revisión de *La Pulga* para PC.

90. Amstrad Sinclair Ocio, n. 1, p. 12. “Me gusta más hacer los juegos que jugar con ellos y, además, los que a mí me gustan no se venden”. En todo caso, los considera una buena práctica para el programador que empieza: “Plantean todos los problemas que se pueden dar en la informática”.

91. También se encargó, en el 89, de dos títulos para Gunstick, una pistola que se comercializó para los micros del momento al estilo de lo que hoy podemos hacer con los mandos de Wii o PlayStation Move.

6 Un premio Pritzker[92] para Paco Menéndez y Juan Delcán

"Bienvenido a esta abadía, hermano.

Os ruego que me sigáis, ha sucedido algo terrible"

Con este punto de partida, con Fray Guillermo de Occam y Adso de Melk en una abadía en la que seis monjes eran testigos de una serie de asesinatos, comenzaba *La Abadía del Crimen*, uno de los juegos más recordados de la edad dorada del *software* español y que catapultó a su creador, Paco Menéndez, a un lugar especial dentro de la historia del videojuego en España gracias al juego que creó junto a Juan Delcán a lo largo de 1987.

Si no conoces el juego ni sus circunstancias es posible que te preguntes si se trata de la adaptación de *El Nombre de la Rosa*. Casi. De no ser porque Umberto Eco se negó, *La Abadía del Crimen* se habría convertido en el videojuego oficial de la popular novela que narra las peripecias de un par de monjes que investigan unos asesinatos.

Hablar de *La Abadía del Crimen* es doblemente difícil llegado a estas alturas. El primer obstáculo hay que atribuírselo a las fatalidades del destino. Este relato está planteado como una historia en la que son los propios protagonistas los que narran las aventuras que protagonizaron en esos años. Pero es imposible que Menéndez pueda dar fe de ellas ya que falleció hace más de una década, en 1999. Afortunadamente, el hecho de que su último juego para los sistemas de 8 bits fuera tan recordado me ha ayudado a encontrar valiosos testimonios que me han echado un cable para desentrañar el porqué de la genialidad del título y algunos secretos bien escondidos.

Por otro lado, el juego es uno de esos fetiches que me ha acompañado a lo largo de mi vida. Desde las primeras partidas que jugué en el MSX casero, ha ido apareciendo aquí y allá, ya fuera gracias a algún emulador o a los numerosos *remakes* que se han hecho con los años. Lo mejor de todo, el título nunca ha perdido la frescura y la brillantez que le presuponía cuando quien esto escribe apenas levantaba unos palmos del suelo.

La Abadía del Crimen es un icono del *software* español por demasiados motivos ya que partió de la concepción más ambiciosa de esos maravillosos nueve años de historia. Aún hoy, visto con la perspectiva del tiempo, sigue pareciendo una rareza. ¿Qué hizo especial al juego de Menéndez y Delcán? En un océano de juegos clónicos, de plataformas, de marcianitos, de videoaventuras en dos dimensiones y de títulos deportivos, estos dos amigos parieron una aventura en perspectiva isométrica[93][94] en la que el objetivo del juego era tan sencillo como resolver un misterio. Nada de golpear rivales, nada de disparar a enemigos, nada de atravesar un escenario de una punta a otra. El mayor reto era desenmascarar a un asesino escondido en una abadía poblada por unos monjes que parecían tener vida propia. Porque una de las maravillas de la abadía es que estaba viva, y así lo demostraba el hecho de que siguiera un estricto horario que todos, incluido el protagonista, cumplían a rajatabla y que incluía los rezos, las comidas y el descanso nocturno.

Algo he hablado de Paco Menéndez a lo largo del relato. Natural de Avilés, ciudad que abandonó

siendo un infante, pertenecía al grupo de amigos de la Ciudad de los Periodistas que fundó Made in Spain, participó en el desarrollo de *Fred* y, sobre todo, en el de *Sir Fred* junto a Charlie Granados, Fernando Rada o Camilo Cela. Si algo distinguía a Menéndez de la gran mayoría de creadores de la época era un carácter siempre a contra corriente de lo que dictaban las convenciones.

El primer ejemplo, al finalizar *Sir Fred*. Con el juego ya en las tiendas y con un considerable éxito crítico, Made in Spain decidió que era una buena idea profesionalizarse e intentar dar el salto y crear una distribuidora con la que además de editar sus títulos pudieran dar salida a otros proyectos ajenos. Menéndez no quiso saber nada del asunto.

Su compañero Fernando Rada recuerda muy bien el momento de la separación. "Paco sólo quería desarrollar y olvidarse de historias. [Zigurat] le parecía una aventura que tenía demasiado componente de empresa y demasiado poco de desarrollo puro y no le convenció".

La primera noticia del desarrollo de *La Abadía del Crimen*, aunque no de la separación de Menéndez del grupo, aparece en una Microhobby Especial en la que se anunciaba "un nuevo programa tridimensional que se disputan mano a mano Paco Menéndez y Juan Delcán"[95]. Aunque en el famoso reportaje de El País Semanal, Menéndez ya lanzaba el primer órdago al respecto: "No se ha hecho nada parecido en España". Lo mejor de todo es que estaba en lo cierto.

Y a todo esto, ¿quién es el citado Juan Delcán del que nada se ha dicho hasta el momento? Originario de Quebec, Delcán aterrizó en Sevilla a los cinco años y acabó en Madrid poco tiempo después en un piso, como no, de la Ciudad de los Periodistas. Amigo de Menéndez desde los primeros días, también asistió al curso piloto sobre informática en el que participaron los otros miembros de Made in Spain aunque el tema no le apasionaba excesivamente: "Hice ese curso aunque no era lo mío, me dedicaba más al dibujo. Pero en esa clase estaban todos: Charlie Granados, Fernando Rada, Paco Menéndez, Camilo Cela".

En la actualidad, el grafista de *La Abadía del Crimen* reside en Nueva York, así que la única forma de dar con él es vía Skype[96]. Delcán, que más tarde estudiaría Arquitectura, recuerda que en sus inicios puso el punto artístico a alguna de las primeras creaciones de Made in Spain. "Era un poco ajeno a los juegos, hacía mis cosas por otro lado y como me gustaba diseñar y dibujar me llamaban de vez en cuando para hacer las portadas de sus programas. De *Sir Fred* hice la pantalla de carga y algunos de los diseños de las caratulas de los casetes. Me pagaban dos duros por las portadas, que esos dos duros eran una fortuna para mí, pero estaba súper contento. Mi aportación a esos juegos fue mínima".

Delcán recuerda al grupo como un puñado de jóvenes con un talento descomunal que se veía venir a pesar de ser poco más que unos adolescentes con ganas de comerse el mundo: "Estaban muy hambrientos de hacer cosas interesantes. Era fantástico verles juntos, además era el típico grupo de empollones, un poco los 'nerds' de esa época. Una panda de empollones, lo mejor de sus clases, nunca tuvieron problemas con los estudios… unos lumbreras. Yo no era de ese grupo. Éramos amigos, pero no me puedo considerar a su altura".

Juan Delcán y Paco Menéndez, en una fotografía que data de 1974.

Llegados a este punto, no está de más recordar que Made in Spain decidió crear Zigurat a lo largo de 1986 mientras ponía en marcha el desarrollo de *El Misterio del Nilo*. Durante ese año, Menéndez se dedicó a otros proyectos, como resalta Charlie Granados: "Para él, [programar] seguía siendo una afición y no quería que fuera un negocio, no quería verse forzado a entregar en plazos determinados. Pasó una buena temporada investigando. Le interesaron los circuitos impresos[97], empezó a estudiarlos e hizo un programa casi como una tarea de investigación aunque acabó siendo un programa comercial de diseño de circuitos impresos[98]. Le apetecía probar cosas. Mucho tiempo hacía cosas que no tenían una aplicación o utilidad práctica".

Además de la separación de Zigurat, Menéndez también veía su tiempo dividido entre las obligaciones de su carrera y el servicio militar, que le tocó cumplir durante la carrera y que no le supuso un problema en su desempeño académico. Lo recuerda, asombrado, Delcán.

"Paco estudiaba Telecomunicaciones mientras hacía la mili. No sé cómo lo hizo, es increíble, era un genio. Yo hacía Arquitectura y las pasaba putas. Sin hacer mili ya lo pasé fatal y este, con mili, sacaba una de las carreras más difíciles sin problema", recuerda entre risas.

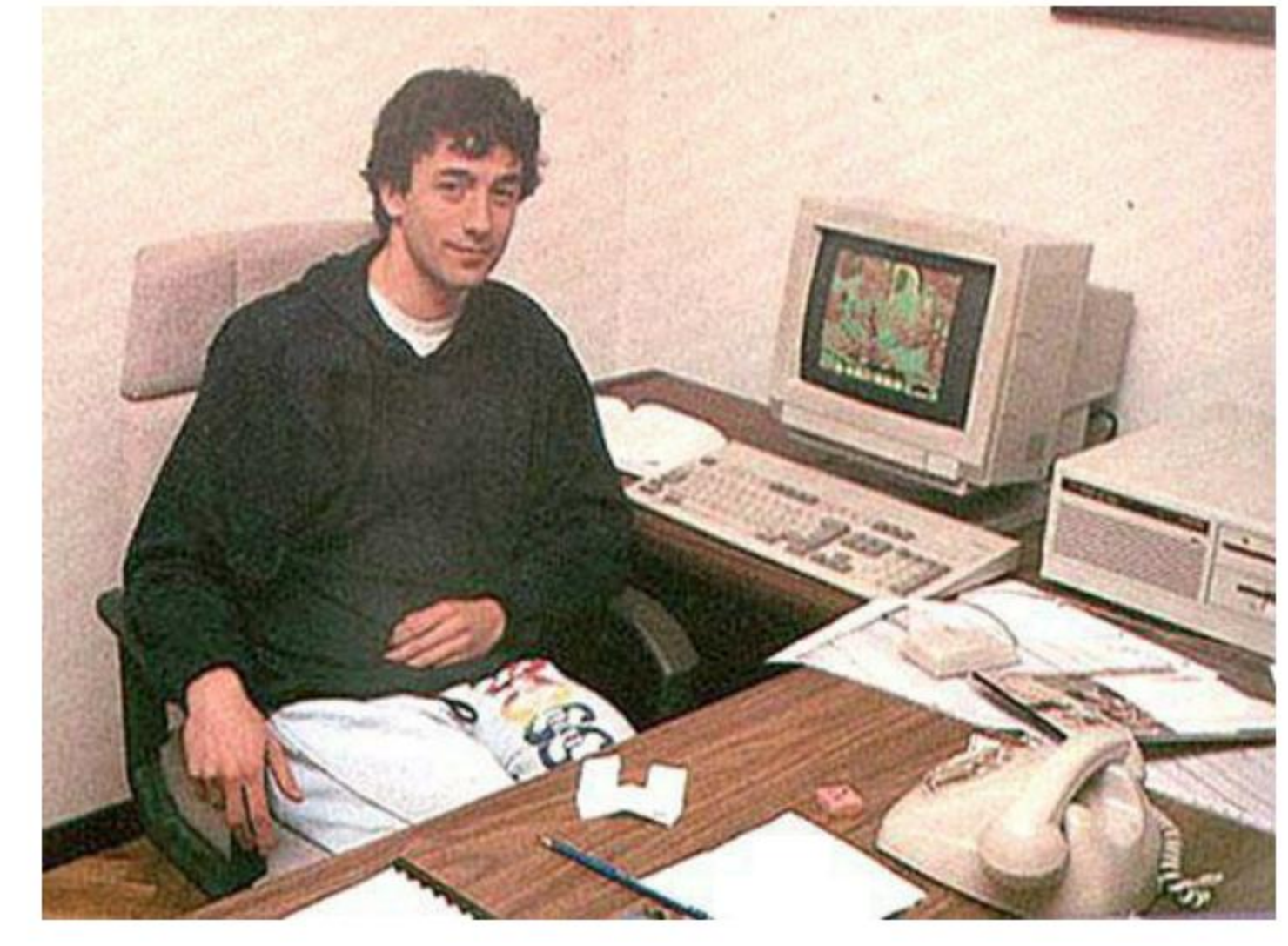
Después del programa de diseño de circuitos impresos, el gusanillo de los videojuegos volvió a picar al joven informático que, fascinado por la lectura de *El Nombre de la Rosa*, decidió adaptarla. Como programador puro que era, Menéndez no destacaba en la creación de gráficos y ahí fue cuando llegó el feliz encuentro con Delcán, cuando ambos ya habían comenzado sus estudios universitarios.

"Paco me propuso hacer un juego para él. Estaba hasta arriba de trabajo pero a Paco era difícil decirle que no. Se emocionaba mucho, se le ponían los ojos así brillantes, como en los dibujos japoneses, y no le podías decir que no. Acepté y dijo que quería hacer algo que rompiera con todo, que fuera lo más alucinante del mundo".

La trama del proyecto se resolvió en un periquete, cuando Menéndez le contó a Delcán la idea que le rondaba y que le tenía obsesionado desde hacía tiempo. Al grafista, de primeras, no le convenció del todo.

"Quiso contar conmigo porque su parte de diseño y de dibujo no se le daba especialmente bien. Me habló de *El Nombre de la Rosa*, el libro. Yo lo había leído hacía un par de años, antes de que me lo dijera, pero él estaba obsesionado, decía que era un libro increíble. Le dije que hiciéramos una historia nuestra, en vez de basarla en nada, porque iba a ser un mogollón. En esa época, los videojuegos no eran lo que son ahora, la gente no los tenía tan bien vistos y Umberto Eco, el autor, no nos iba a dar el permiso ni de coña. Paco estaba convencido de que aceptaría e insistió. Yo no lo veía muy claro, le dije que quería que nos dieran los derechos".

En un año como el 87, donde el videojuego no tenía ni por asomo la importancia que tiene ahora y, por consiguiente, generaba unos ingresos muy inferiores a los que se mueven hoy en día, la negativa del autor a ceder los derechos de su libro no fue un gran trauma. "Pedimos permiso a Umberto Eco pero nos lo denegó por carta y tuvimos que cambiar el nombre[99]". No era la primera vez que un juego español se veía en esta tesitura (*Rocky* y el cambio a *Rocco* en Inglaterra, *El Misterio del Nilo*) así que Menéndez y Delcán le dieron un par de retoques plásticos hasta que encontraron un nombre con gancho y personalidad propia que resumía en cuatro palabras la esencia del juego: *La Abadía del Crimen*.



Paco Menéndez, frente a *La Abadía del Crimen*.

La mecánica difería bastante de lo que se había visto hasta aquel momento en nuestro país. Por trasladarlo al lenguaje de los juegos convencionales, el título estaba dividido en siete fases. Cada una de ellas representaba un día, y en esos siete días el jugador tenía que ser capaz de descubrir quién era el responsable de las muertes.

En cada uno, el usuario tenía que ingeniárselas para investigar los crímenes y, a la vez, cumplir con sus obligaciones (acudir a misa, a las comidas y pernoctar en sus aposentos). El truco para resolver el misterio consistía en salir de la habitación a hurtadillas por la noche, momento ideal para investigar en la abadía ya que todos estaban dormidos. O casi todos. El abad paseaba a sus anchas por el edificio y era una amenaza latente ya que si nos descubría nos hacía perder la partida al momento.

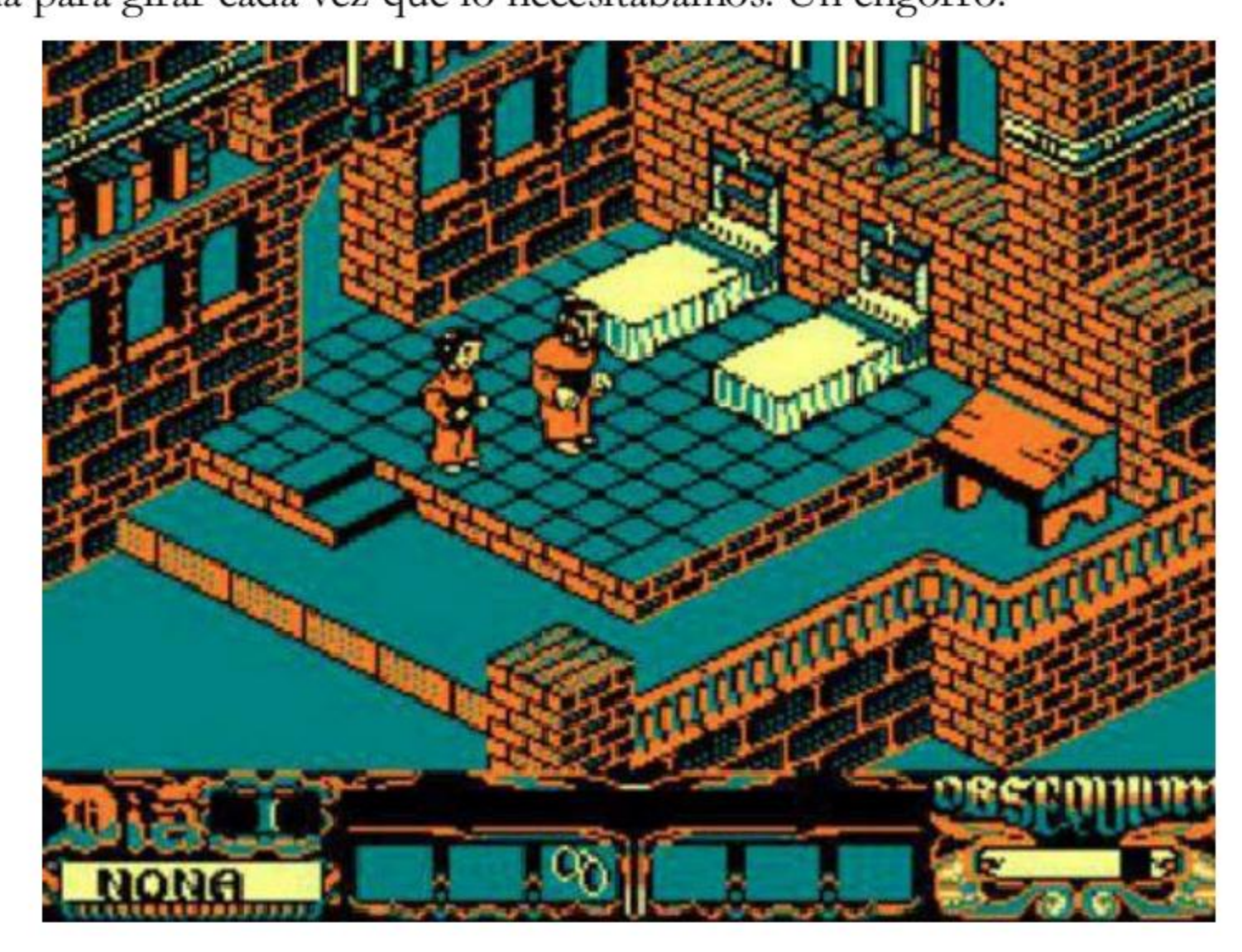
En estos tiempos que corren es difícil hacerse una idea de lo que significaba en su momento, pero doy

fe que los paseos nocturnos por la abadía, con la amenaza del abad detrás de cualquier esquina, eran una experiencia cercana a los *survival horror*. Pasear por el edificio de noche y sentir un cosquilleo en los dedos era todo uno.

Como juego atípico, en *La Abadía del Crimen* no había un número limitado de vidas, sino que contábamos con una barra, con el nombre de *obsequium*, que se iba gastando a medida que fallábamos en nuestras obligaciones diarias.

Uno de los momentos más críticos se producía nada más comenzar el juego, en el paseo que nos llevaba desde la entrada hasta nuestra habitación, en la que el abad nos ponía al día de los hechos acaecidos en el templo. Si en ese paseo nos alejábamos de él, nos llevábamos una bronca y, a modo de premio, disminuía nuestra barra de vida.

Era sencillo que esa situación se diera en los primeros compases del juego porque el título contaba con unos controles bastante atípicos. Posiblemente sea el único punto negro del juego, un quebradero de cabeza considerable. El problema radicaba en que el jugador podía controlar tanto a fray Guillermo como a Adso. Para mover al primero bastaba con apretar la flecha de arriba en el teclado direccional y para controlar al segundo, la de abajo. Así, el movimiento en un escenario que llamaba a la libertad y a utilizar el teclado en toda su magnitud se vio reducido a caminar siempre de frente y utilizar las flechas derecha e izquierda para girar cada vez que lo necesitábamos. Un engorro.



La habitación de Fray Guillermo y Adso desde la que comenzaba la investigación nocturna.

A esta dificultad con el control había que sumar un sistema de cámaras cuanto menos peculiar. Al estilo de lo que fueron los primeros *Resident Evil*, la abadía de Delcán tenía las cámaras siempre fijas en los mismos ángulos. Estas no se correspondían al mapa mental que se hacía el jugador, ya que la orientación de cada una era independiente. Delcán, en Computer Emuzone, web dedicada en exclusiva a seguir toda la producción de videojuegos españoles, asegura que quiso dar un toque diferente con este efecto.

"Uno de los días mas excitantes fue cuando se me ocurrió la idea de la conexión entre las diferentes

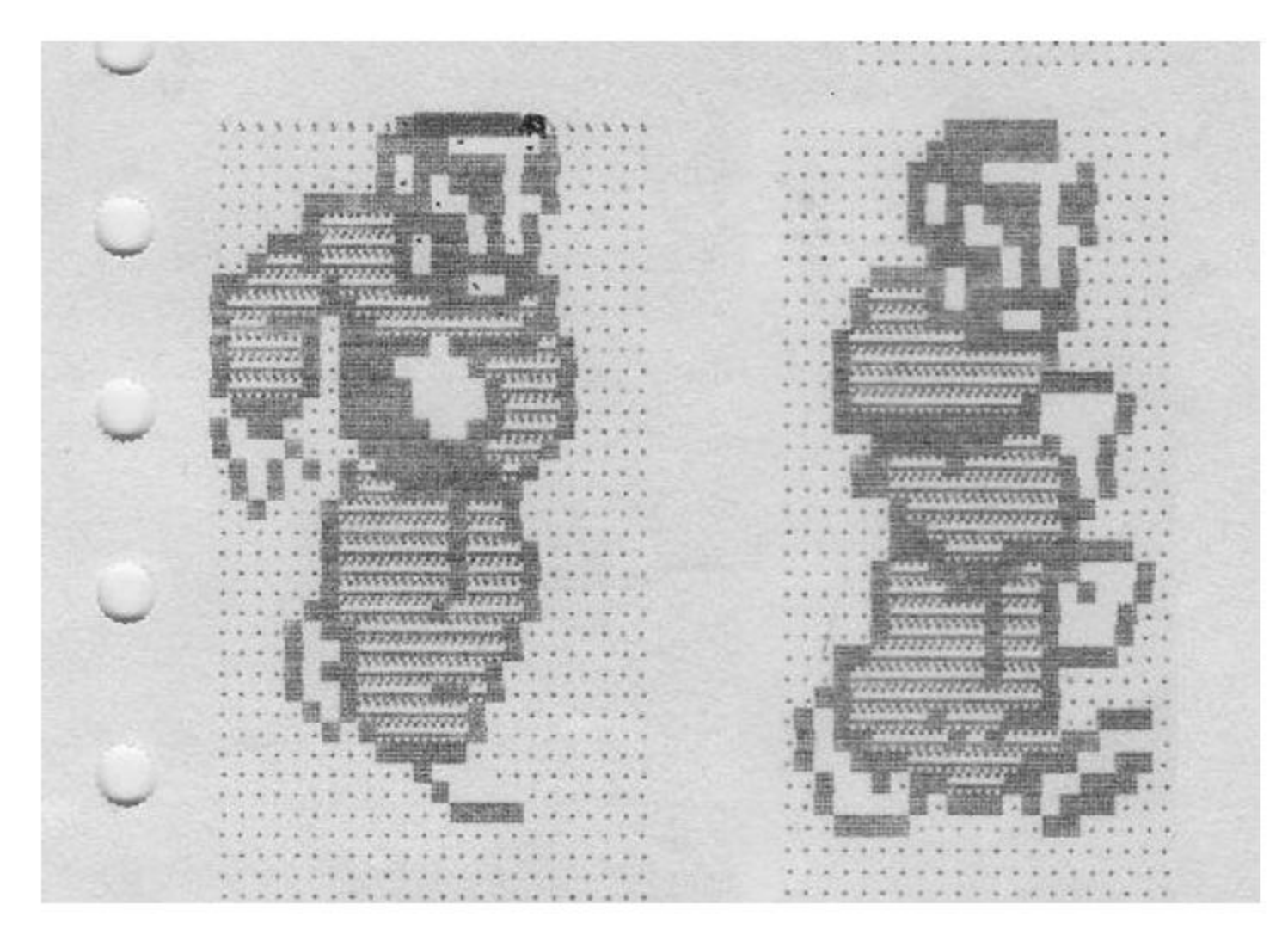
pantallas, la forma en que la cámara variaba de posición cuando pasabas de una pantalla a la siguiente. Es un lenguaje cinematográfico".

Para entender que *La Abadía del Crimen* fue un juego adelantado a sus contemporáneos basta con conocer el tiempo que le llevó a Menéndez, cerca de un año, cuando lo habitual era que un juego estuviera listo en pocos meses dede su concepción hasta su llegada a las tiendas. Fue un año, además, muy duro para Delcán, que compatibilizó los estudios con todo el apartado gráfico de un proyecto al que no veía una gran salida comercial.

"Fue una locura. Una locura. Pero había que hacerlo. Fue un año muy duro pero me lo pasé muy bien, parecía que estábamos descubriendo… Ahí sí que tenía la sensación de que estábamos haciendo algo diferente, no teníamos muy claro que la gente lo iba a entender, que iba a ser comercial, pero nos daba igual porque sabíamos que era algo que no se había hecho antes[100]".

Para Menéndez, un cerebro con el don de sacarse Telecomunicaciones y de disponer de tiempo libre para cumplir sus obligaciones con el Estado y dar rienda suelta a otros proyectos personales, el desarrollo fue algo más cómodo. Pese a todo, las jornadas mano a mano en casa de Delcán era la tónica constante del día a día.

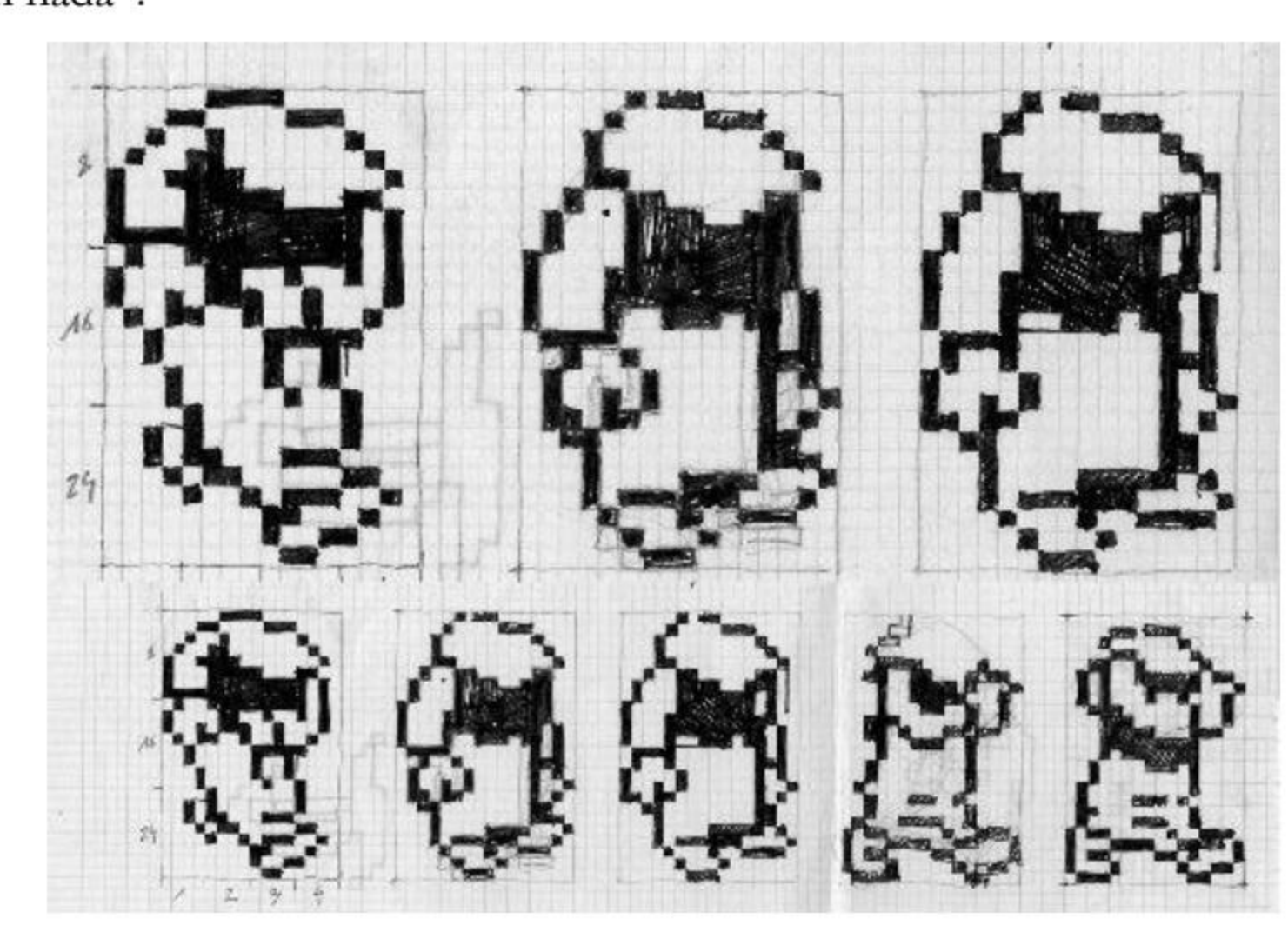
"Como Paco se sacaba la carrera sin ir a clase no tenía problemas. Yo iba a clase y hacía deberes. Paco podía estar toda la mañana programando, aparecía por las tardes y nos pasábamos hasta muy, muy tarde trabajando en el programa. Trabajábamos en mi habitación, que era un cuarto enano aunque en esa época me parecía enorme. Era como de tres por cuatro o cinco metros, sin ventanas, y ahí nos pasábamos todo el día. Creo que no había ratón ni siquiera, en aquel momento todo se hacía con teclado y teníamos dos ordenadores que Paco pidió prestados a su padre. Yo dormía con los dos ordenadores ahí".



Bocetos de Fray Guillermo cedidos por Juan Delcán.

Las herramientas de trabajo de un grafista en los ochenta eran mínimas comparadas con las que surgieron unos años más tarde. Este hecho no fue óbice para que Menéndez fuera capaz, por su cuenta, de sacarse de la manga las utilidades necesarias para que Delcán hiciera su labor. "No existía ningún

programa de dibujo. No había Photoshop ni nada parecido. Paco me creó un programa para que yo dibujara a base de teclear. En una hoja cuadriculada hacía los dibujos y luego pasaba todos los datos uno por uno, píxel a píxel, a un programa muy complejo. Los gráficos estaban hechos como bloques, como si fuera un Lego. Creaba mis bloques de ocho píxeles por ocho píxeles y así daba forma a mis piezas. Luego indicaba como las quería armar y le pasaba toda la información a Paco que la incorporaba [al código]. Era fantástico, ahora lo miro con distancia y era un trabajo absurdo pero claro, no teníamos acceso a nada de lo que hay hoy en día. Cuando no conoces nada mejor, es fantástico porque no estás comparándolo con nada".



Detalle de los movimientos de Guillermo.

Estudiante de arquitectura, la situación para Delcán tenía un punto irónico. Menéndez había puesto en sus manos la oportunidad de moldear su primer gran edificio, aunque fuera virtual, en un entorno que se podía visitar a través de un monitor. Toda una oportunidad para cualquier aprendiz de arquitecto que daba sus primeros pasos. "Quise encargarme de la abadía porque era una oportunidad de diseñar mi edificio –explica Delcán–. La hice con mis conocimientos de arquitectura románica y gótica. Mezclé un poco de aquí y de allá. Me empapé de todos los libros de abadías y monasterios de esa época. Catalanes, preciosos, italianos, franceses y, sobre todo, alemanes. Cuando entendí de qué iba la historia, hice mi propia abadía mezclando lo que yo conocía y mi propia creación[101]. Quizá se parezca a una catalana que me encantaba, pero hace tanto tiempo que no recuerdo el nombre. Pero era una abadía original. Cuando la vi pensé, 'joder, voy a diseñar un edificio, ¡por fin!' Tenía que terminar una carrera y podía diseñar un edificio que posiblemente lo habitaría más gente que los edificios reales que existen. Y resultó ser verdad. Toda la gente que ha jugado ha estado viajando por esa abadía de alguna forma, al final tienes una experiencia parecida a la real, moviéndote y entendiendo el espacio. Había hecho cosas para la carrera pero nada que se fuera a construir. Fue mi primer edificio práctico. El primero y… el último, porque nunca acabé la carrera ni ejercí como arquitecto".

Como explica Delcán, la abadía del juego es un edificio en toda regla. En sus muros se encuentra una iglesia, un claustro, las habitaciones de los monjes, el comedor y una gigantesca biblioteca donde se desarrolla el final del juego en un laberinto que aún hoy sigue siendo complicado de superar. La abadía se diseñó tan minuciosamente, que incluso se crearon habitaciones inaccesibles para el jugador, pero

necesarias para los personajes que debían transitar por la misma.

Meter un edificio así en un juego era un logro considerable. Recrearla con un nivel de detalle que sólo se había visto en contadas ocasiones hasta el momento lo era todavía más. El nivel gráfico de *La Abadía del Crimen* estaba a la altura de lo mejor no sólo del *software* español, sino del europeo. Uno de los aspectos que diferenciaba al juego de Menéndez y Delcán fue la complejidad de su desarrollo. En menos de 128 kylobites de memoria, cuatro veces el espacio que ocupa un currículum, el programador fue capaz de cascarse un juego en el que varios personajes eran capaces de actuar por su cuenta en un mapeado de una extensión muy considerable para los estándares de la época.

La programación de Menéndez en *La Abadía del Crimen* ha sido alabada en muchas ocasiones y siempre con el énfasis centrado en un punto: su obsesión por comprimir al máximo su creación y conseguir que ocupara el menor espacio posible. Pero no sólo eso, si algo destacan todos aquellos que compartieron teclado con él, es que Menéndez era un tipo muy peculiar para trabajar.

"Paco me explicaba que había programadores que trabajaban a base de sentarse, programar y luego coger y hacer tiras con el código. Eso no le producía ningún respeto. Creía mucho en conseguir el máximo de información con el mínimo número de líneas. Durante el desarrollo, nos íbamos a dar una vuelta, porque empezábamos a tener claustrofobia de estar en esa habitación, y nos íbamos a andar por nuestro barrio. Dábamos una vuelta y hablábamos, o él se ponía a pensar… Al volver, de repente, Paco se sentaba y era como un pianista virtuoso, se ponía como un loco y en cinco minutos te había hecho toda la historia. Lo tenía todo en la cabeza. Era un genio, sin duda".

Para comprender mejor esa genialidad que se le atribuye a Menéndez contacté con uno de los tipos que mejor conocen el código de *La Abadía del Crimen*. Manuel Pazos es, junto a Antonio Giner, uno de los pocos que ha tenido las agallas y la capacidad de sacar adelante un *remake*[102] del juego para que las generaciones actuales puedan disfrutar del mismo.

Pazos, cántabro de nacimiento, es una pieza clave de la escena de MSX. Nacido en el 75, se enamoró de un modo de vida que afrontaba su declive a principios de los noventa, pero que para él sigue estando de actualidad. Tanta, que todavía tiene un ejemplar en su mesa de trabajo. Que dicha máquina cayera en desuso no desanimó a Pazos, un tipo que ha mantenido esa afición a lo largo de los años, haciéndose un nombre en los foros y diversos corrillos de Internet, donde se le conoce como Guillian Seed. En pocas palabras, el tipo es un hacha en todo lo referente a la programación para MSX y una voz más que cualificada para hablar, en términos técnicos, de este juego. No voy a vender ninguna moto, posiblemente Pazos no sea el más imparcial a la hora de emitir valoraciones sobre *La Abadía del Crimen*, pero sus conocimientos y su trayectoria le avalan como una de las mejores fuentes a las que acudir para comprender qué hace especial al juego de Menéndez.

El título le ha llamado la atención desde siempre y, principalmente, por uno de los aspectos que ya hemos comentado: "Me interesaba la inteligencia artificial que en teoría tenían los monjes, cómo se movían, cómo sabían adonde ir. Era algo que me fascinaba. Yo no tenía ni idea. Sabía muy poco. Ver cómo se comportaban esos monjes era casi mágico".

Así era La Abadía de Menéndez y Delcán (izquierda) y así luce su remake (derecha).

Con los años, Pazos descifró, buceando entre las líneas de código, cómo había sido capaz Menéndez de comprimir esa información para dar la sensación de que los monjes tenían vida propia. "La inteligencia es limitada. Es inteligencia hasta cierto punto. Una de las genialidades de Paco es que utilizó un código que simulaba el comportamiento de los personajes y que iba ejecutando órdenes para simular esa inteligencia[103]. Tengo un personaje que está en un lugar. El código comprobaba la hora del día y decía, a esta hora tengo que comer. ¿Dónde estoy? En la biblioteca. Búscame una ruta hasta la cocina. ¿Qué pasa si antes de ir a la cocina está Guillermo a mi lado? Antes de irte dile que tiene que abandonar el *scriptorium*. Si ha cogido el pergamino, dile que tiene que dejarlo. Si no lo deja, tengo que ir a buscar al abad. ¿Dónde está el abad? Busca el camino hasta él y dile que Guillermo tiene el pergamino. Cuando llegaba al abad, este cambiaba su estado porque le habían dicho lo del pergamino y pensaba, me han avisado que Guillermo tiene el pergamino y le tengo que abroncar. ¿Dónde está Guillermo? Le buscaba, le perseguía y le daba la chapa. Cuando Adso, por ejemplo, tenía que ir a la iglesia ya sabía por dónde tenía que ir. Sabía si una puerta estaba abierta o cerrada, si tenía llave para abrirla. Todo esto es muy complejo si hablamos de máquinas y memorias muy limitadas".

Publicidad de *La Abadía del Crimen*, ya distribuida por Opera. La fecha se refiere a abril del 88.

La inteligencia era un engaño creado por Menéndez. Como cualquier juego actual, se limitaba a una serie de instrucciones que el juego seguía a pies juntillas para que el jugador creyera que esos píxeles inanimados que tenía delante tenían vida propia y eran capaces de tomar decisiones. Quizás en la era de los *Grand Theft Auto* se haya convertido en algo tan trivial que no se le da importancia, pero si hablamos de un juego de 1987, el mérito era considerable.

"La inteligencia del juego era limitada. No aprendía de sus errores, no podías resolver problemas propuestos a posteriori. Si hacías algo que Paco no tenía en cuenta, [el juego] no lo iba a resolver, podías engañarle en algunas circunstancias. Pero quitando eso, la inteligencia de algunos personajes era correcta", remata Pazos.

Para hacernos una idea de lo complicado que tuvo que ser el desarrollo, el cántabro da algunas pistas de lo que le supondría a él programar una copia del juego partiendo desde cero. "Los juegos que se hacían en los ochenta eran similares: un plataformas, un juego de carreras con *scroll*. Eran bases muy similares. Si ya has publicado, puedes sacar otro parecido en dos o tres meses de forma sencilla. *La Abadía del Crimen* se tuvo que escribir desde cero. El juego entero. Desde las herramientas para escribir las habitaciones, los gráficos, toda la parte de inteligencia. Es un trabajo considerable. He visto el código, lo he desensamblado y sé cómo está hecho el juego. Si me mandases que lo volviese a hacer me las vería negras, sabiendo cómo está hecho y cómo funciona todo. No me veo capaz de hacerlo en ese plazo", bromea Pazos.

A la dificultad de hacer un juego partiendo de cero y con pocos referentes[104], de imprimir una cierta inteligencia al resto de habitantes del edificio, hay que sumarle que en el limitado espacio que debía ocupar el juego también había que incluir el mapeado de la abadía con sus noventa y tres habitaciones[105]. El resultado, hablan los entendidos, era sorprendente.

"Al verlo te das cuenta de sus ideas geniales. El código está lleno de pequeñas genialidades que, cuando las ves, piensas, ¿por qué hizo esto? Luego te das cuenta de por qué lo hacía. A nivel de código, yo necesito doce instrucciones para escribir una genialidad que Paco hizo con cuatro. El resultado es el mismo, pero la forma de hacerlo es diferente. Es un juego en el que se intentó aprovechar la memoria al máximo, por aquello que quería Paco de meterlo en ordenadores de 48 kbs. No pudo y lo tuvo que meter en 128 kbs[106], pero se nota que intentó comprimirlo todo. De ahí que las estancias y las habitaciones se puedan comprimir en tan poca memoria".

Podría citar al señor Lobo en *Pulp Fiction* en este preciso instante para no seguir con el baño y masaje, así que para poner un contrapunto voy a tirar de un habitual de este relato, Pedro Ruiz, que también tuvo acceso de primera mano al código de *La Abadía del Crimen*. Lo que para unos programadores era una genialidad, para otros, acostumbrados a un sistema más rígido y esquematizado, era un zipizape que no había por dónde cogerlo.

"Era muy desordenado. No era una maravilla desde el punto de vista del código. Pero la idea. La idea –lo remarca–. El 3D que habían hecho, eso era… Veía al muñequito de Adso moverse por ahí y flipaba. El código era una mierda, pero flipaba. No era una mierda porque funcionaba, utilizaba trucos, pero luego no había dios que lo tratara de una manera mucho más lineal. Nosotros lo hacíamos todo más estructurado y en ese juego todo era mucho más… deslavazado. Pero el juego era una virguería, y sigue siéndolo. *La Abadía del Crimen* es el mejor juego que se ha hecho en España, sinceramente. Ése fue otro de los que fue muy difícil pasar a otra máquina, porque tenía código que no valía para PC. El código era un espagueti: empiezo por aquí, salto allí, ahora voy por aquí… ¿Esto cómo me lo como? Sí, funcionaba, sabía que funcionaba, pero la gente no pensaba que había que pasarlo a otros lenguajes".

Llegados a este punto, puede que alguno se haya perdido. ¿Qué pinta Pedro Ruiz hablando del desarrollo de *La Abadía del Crimen* si en 1987 trabajaba en Opera Soft? Es otra de las piruetas que da la historia de Menéndez, que le llevó a finalizar el juego en el estudio fundado por los antiguos programadores de Indescomp. La primera pista la da Juan Delcán: "A mí me llevó nueve meses, a Paco un poco más porque tuvo que hacer versiones. Se unió con Opera Soft para que le echaran una mano".

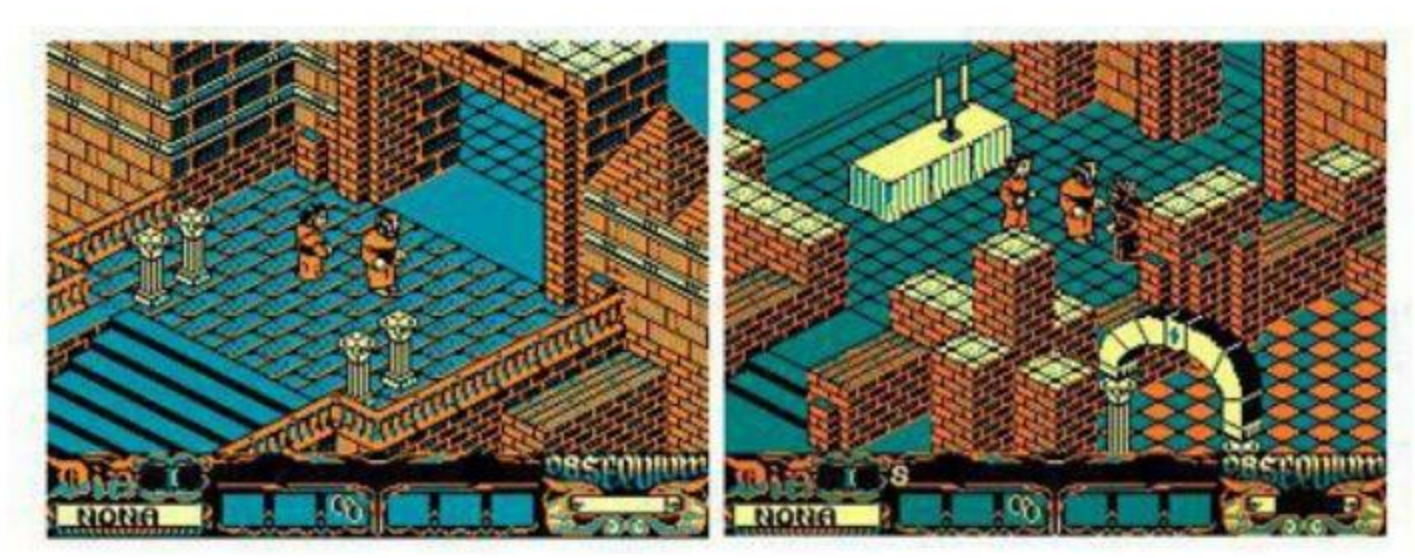
Esa mano fue vital para que el juego pudiera salir para PC, máquina para la que Menéndez no dominaba todos los entresijos. Lo que sí sabía era que Opera podía hacer la mejor versión para compatibles porque conocía a todos sus integrantes.

José Antonio Morales es otro de los que recuerdan muy bien el paso de Menéndez por Opera, al que

ya conocían con anterioridad: "Cuando vi el juego me quedé pasmado. No vi *La Abadía del Crimen* el día que salió a la venta. La vi crecer, éramos amigos de Paco aunque no trabajara en Opera. Si no, Paco nunca hubiera venido para que se la distribuyéramos. Nosotros pensábamos que él era un crack y él lo decía de nosotros:

— "Sois unos putos cracks".

El segundo motivo por el que Menéndez acabó en Opera lo acaba de esbozar Morales: distribución. A pesar de una primera tirada a través de Mister Chip, nombre que ya ha aparecido en este relato y que no era otro que la academia de informática que regentaba el padre del programador, Menéndez decidió optar por una vía más tradicional y, de paso, unirse a un equipo creado por y para los videojuegos. La diferencia era bastante notable, con Mister Chip la tirada fue tan pequeña que hoy en día se considera una pieza de coleccionista. Con Opera, que ya trabajaba con ERBE en ese momento, las cosas fueron bien distintas y hasta el PC tuvo su ración de misterio.



Dos detalles del juego: el inicio, a la entrada del templo, y una estampa de la iglesia.

"La primera versión de *La Abadía del Crimen* se distribuyó mal a través de su padre. No había más. Paco acabó quemadito del juego porque las versiones costó hacerlas, hubo que meterlas con calzador", recuerda Morales en palabras que remiten a las de Pedro Ruiz.

De todas ellas, la de PC tiene un añadido ciertamente original. Si el juego se había pirateado y el ordenador era capaz de reconocer que la copia no era original, el Ave María de las misas transmutaba en una voz profunda y con un matiz metálico que acusaba al jugador: ¡pirata! ¡pirata! ¡pirata!

Llegamos a finales de 1987. Por fin, *La Abadía del Crimen* vio la luz y lo hizo con dos resultados diametralmente opuestos: fue un éxito aplastante de críticas y un sonoro fracaso comercial. Las críticas no pudieron ser mejores. Microhobby y Micromanía se deshacían en elogios para el programa de Menéndez y Delcán. La primera le daba un nueve en su análisis[107], la segunda aseguraba que tenía "los mejores gráficos jamás vistos en Amstrad[108]". La gota que colmó el vaso era el premio a Mejor programador del año que se llevaría Menéndez en los galardones a los mejores juegos del 87, una mención que tenía un valor añadido ya que lo concedían los propios redactores de Microhobby, conocedores de todos los entresijos de la industria española.

Pero las críticas entusiastas no se correspondieron con las ventas del juego. La lista de ventas de Microhobby es un buen medidor para observar que, aunque el título sí gozó de cierta popularidad, nunca estuvo ni por asomo entre las primeras posiciones. Es otro caso más de obra que pasa desapercibida en su momento y acaba elevada a la categoría de culto con el tiempo. La creación de Menéndez y Delcán, como el Guadiana, aparecía semana sí, semana no entre los más vendidos pero nunca superó la novena posición en dicha lista. El único repunte se pudo deber, en cierta medida, a la

guía que Micromanía publicó unos meses después del lanzamiento y que daba todas las pistas para resolver el misterio[109]. Aunque no lo parezca, el juego era tan complicado que hubo chavales que no dudaron en llamar a casa de Menéndez en mitad de la noche para conseguir alguna pista, hecho que recuerda Malena, hermana del programador. Pese a las ayudas de Micromanía, y la eventual colaboración de Menéndez si algún chaval lograba dar con él en el hogar familiar, el juego no fue capaz de salir de ese círculo vicioso en el que la crítica lo ensalzaba pero el público no era capaz de recoger el guante.

El mejor ejemplo de ello es la aparición del título en los premios Microhobby del 87, votados por los lectores, y en los que se llevó sobradamente los premios a mejores gráficos y mejor argumento. Sorprendentemente, entre los nueve títulos que conformaban la lista del mejor juego del año, *La Abadía del Crimen* no tenía lugar.

Ya se sabe como es el fenómeno de los cultos. Un día te das un batacazo comercial, a los dos días tienes una legión de fans detrás de ti. Que se lo digan a *Blade Runner* o a *El Gran Lebowsky*. *La Abadía del Crimen* entró en esa categoría cuando, poco a poco, comenzó a extenderse la idea de que el juego de Menéndez y Delcán era mucho más de lo que parecía de primeras.

Ya he dejado caer alguna vez que el juego fue de lo mejor que se hizo en España durante los 8 bits y que, se podría discutir largamente, es el más importante que se ha creado en nuestras fronteras. Para refutar esta hipótesis me puse en contacto con José Manuel Fernández, más conocido como "Spidey".

Sin lugar a dudas, Fernández es uno de los mayores expertos del videojuego en nuestro país. El tío tiene una colección de juegos y consolas de tal magnitud que en ocasiones no sabes si estás ante un coleccionista o ante un tipo que sufre un claro síndrome de Diógenes. No hay juego del que le hables que no sea capaz de recordar.

Conocido por su papel como periodista especializado en temas de retroinformática, es una de esas opiniones que es necesario pulsar para saber si realmente lo de *La Abadía del Crimen* era para tanto o si hubo otros juegos en nuestro país que le pudieran hacer sombra. El veredicto es tajante.

"Fue revolucionario no sólo a nivel español sino en lo que se refiere a la metodología lúdica que proponía. Revolucionó tanto en lo gráfico como a nivel de jugabilidad: el tipo de aventura que planteaba, la aparición de personajes con inteligencia artificial, aunque disimulada… Tocaba tantos puntos y tantos palos que no dejaba ninguno al azar en el sentido que cualquier matiz que quisieras analizar del juego era revolucionario".

Fernández deja claro que a nivel gráfico también fue un hito por mucho que Delcán fuera un novatazo en esas lides. "En mi opinión iba un paso más allá del clásico Filmation de Ultimate. En la recreación de la abadía, aparte de lo coherente que era a nivel de diseño, se había puesto mucho empeño en que las paredes fueran reales. Si nos acordamos del *Batman* de Jon Ritman o el *Knight Lore* siempre veíamos un par de ladrillos y un fondo en negro. Aquí nos encontramos una arquitectura gráfica que intentaba acercarse en espíritu a una tridimensionalidad real, sobre todo en el juego de cámaras que había cuando se pasaba de una habitación a otra. En ese punto, el trabajo de Juan Delcán fue brutal".

Lo que destaca Fernández es su cualidad de bicho raro en el panorama del videojuego español de los ochenta gracias a su planteamiento isométrico, aunque no fuera el primero en utilizarlo, todo sea dicho. Un atributo que le hizo sobresalir no sólo por su condición de rareza sino (o puede que también) porque esa característica le hizo destacar mucho más en un catálogo poblado con muchos juegos de muy pocos géneros.

"No fue el primero con esa vista pero no hay nada que se le parezca ni en broma. *Evaristo el Punky*, de System 4, era un juego isométrico en el que manejabas un punky y se había hecho con un motor 3D. Era

como una aventura pero en plan filmation. También salió *El Cid*, de Dro, un *arcade* isométrico pero fue un poco a posteriori. En esa época, lo más complejo por escenarios diseñados como el metro de Madrid fue *Goody*. También, a posteriori, *Viaje al Centro de la Tierra*, pero no era más que un *arcade* con fases pegadas unas a otras".

Pazos, otro estudioso del *software* español refuta esta teoría, por lo menos desde el punto de vista de la técnica. "En comparación con lo que se hacía y sin intención de criticar al resto de videjouegos, sí que estaba un paso, o dos, o tres por delante del resto. No sé si era el que mejor aprovechaba las características del ordenador o el que mejor velocidad conseguía, pero sí se notaba que era un juego muy trabajado y muy bien pensado. Tenía la IA de los personajes, el gran mapeado, la búsqueda de caminos…"

Incluso José Antonio Morales, padre de una de las joyas españolas, *Livingstone, Supongo*, se quita el sombrero ante la obra de Menéndez, la misma que vio crecer con sus propios ojos. "Ese juego es bastante impecable hoy en día. Se tenían que dar varias circunstancias para hacerlo en aquel momento. Hoy miras ese juego y te meas de la risa, pero hay que hablar de una época donde teníamos cuarenta putos kilobytes para hacer un juego, incluidos los gráficos, y donde utilizábamos las líneas que no se ven en la pantalla porque ya no nos cabían los juegos. La gente quería cada día más. Cuando te planteas *La Abadía del Crimen* no sabes ni cómo comenzar. Un pepino técnicamente. Resolver todo lo que había hecho es bastante complicado. No te voy a exagerar y a decir que es algo como las pirámides, pero fue una genialidad".

El dato final lo pone sobre la mesa Fernández, que es incapaz de dar con un equivalente si se pone a rebuscar entre toda la producción de las grandes compañías españolas durante este periodo: "Si repaso el catalogo anterior de Dinamic y Topo creo que no hay nada parecido. Lo más cercano en el sentido de manejar tiempos distintos con diferentes personajes es *Spirits*, con su pantalla partida. *Dustin*, de Dinamic, presentaba a unos tipos en una cárcel, pero al fin y al cabo los que no manejábamos estaban súper parados, eran meros maniquís para interactuar con un objeto u otro. Creo, y me puedo equivocar, que no se ha hecho nada parecido a lo que planteaba *La Abadía del Crimen* a nivel de complejidad, de situaciones, de personajes y de inteligencia artificial. Ten en cuenta que España fue muy de cultura de juego *arcade* y rápido. Nos basábamos mucho en lo que se hacía en Inglaterra pero potenciando el aspecto gráfico como todo lo que sacó Dinamic, el *Game Over* y toda esa parafernalia".

Que *La Abadía del Crimen* se haya convertido en un juego de cabecera para un buen puñado de estudiosos de la época no ha sido un capricho o un berrinche de niño mimado. Un buen ejemplo de hasta qué punto la creación de Menéndez excedió el nivel medio de nuestra producción lo podemos encontrar en la edición inglesa de Retro Gamer.

En el tema de la retroinformática no hay que obviar que los ingleses son muy suyos. No inventaron el videojuego, pero jugaron un papel tan importante en la década de los ochenta que se les perdona que tengan un marcado ombliguismo cuando repasan títulos del pasado para elaborar listas de éxitos. Todo lo que huele a Ultimate, a Ocean, a clásicos del tamaño de *Manic Miner* o *Back to Skool* siempre tiene preferencia. Y no lo digo como algo malo, ojo. Ellos fueron impulsores de esta industria en su momento y tienen todo el derecho a reivindicarse.

Si el juego ha aparecido en repetidas ocasiones en Retro Gamer no es ninguna casualidad. La biblia de la retroinformática le ha dedicado más de un elogio[110] e incluso un tema a doble página[111] en una sección dedicada a esos juegos que nunca atravesaron el Canal de la Mancha porque, desgraciadamente, el título nunca salió de nuestras fronteras.

La edición inglesa de Retrogamer dedicó una doble página a *La Abadía del Crimen*. "Una de las mejores aventuras isómetricas en 8 bits [...] la diseñó un joven español."

Que los ingleses aprecian la obra de Menéndez y Delcán queda patente en sus mismas palabras. "Una de las mejores aventuras isométricas aparecidas en 8 bits", "los gráficos son francamente impactantes y superan fácilmente cualquier aventura de Ultimate", "el detalle [de la abadía] es impresionante" o "los textos están en castellano pero no dejes que eso te desanime, es un juego a descubrir" son algunas de las joyas que le dedica la afamada revista británica.

Aunque el juego fuera un fracaso comercial, a Menéndez no le fue mal en el terreno laboral. No sólo había aterrizado en el estudio que admiraba, Opera, sino que también contaba con el beneplácito de la crítica. Repito que no fue casualidad que el único premio al mejor programador que Microhobby entregó durante su corta vida se lo llevara Menéndez en los premios del 87.

Pero la llama se apagó cuando más brillaba, ya que *La Abadía del Crimen* se convirtió en el tercer y último juego de Menéndez. Delcán adelanta que las intenciones del programador se veían venir desde antes de inciar el desarrollo.

"Tomó la decisión de dejar el videojuego antes de ponerse con *La Abadía del Crimen*. Era muy ambicioso y ese mundo se le quedó pequeño. Pero un día me contó que había descubierto que la programación más compleja y sofisticada que existe es la de videojuegos, así que dijo:

— "Quiero volver y hacer un [último] juego. Va a romper con todo. Cuando lo termine, lo voy a dejar y me voy a dedicar a hacer cosas que cambien el mundo, no sólo del *software*, sino del *hardware*".

"Lo tenía clarísimo. Era su despedida del mundo de los videojuegos, tenía muy claro que no quería hacer más".

Los que probablemente no lo tuvieran tan claro fueron los buenos de Opera, que le acogieron con los brazos abiertos esperando que Menéndez pudiera aportar ese plus de genialidad al joven estudio.

Todos los que han trabajado con él destacan la habilidad innata que tenía Menéndez para la informática por encima de cualquier otra cualidad. Y la contraponen, porque no todo iban a ser flores, a una metodología de trabajo desordenada y un carácter difícil de manejar en un grupo. En otras palabras,

Menéndez respondía al prototipo de genio que no llevaba muy bien las ataduras y los plazos que impone trabajar en un estudio.

Para entender su personalidad, la de un tipo inquieto desde que era un infante, me reuní también con su hermana Malena, que compartió techo con Menéndez durante unos cuantos años. "Cuando tenía seis o siete años vinimos a Madrid y aquí nos quedamos. Cuando fuimos a la Ciudad de los Periodistas [una temporada más tarde], Paco tendría diez y se hizo muy amigo de Juan Delcán", explica Malena, a la que se le empañan los ojos con facilidad al recordar a su hermano.

Ese Delcán es el mismo con el que haría *La Abadía del Crimen* a lo largo de 1987 y con el que trabó amistad nada más llegar al barrio: "Ya desde pequeño era un espíritu inquieto y ávido por nuevas experiencias –explica su amigo de infancia–. Desde el principio se le veía que tenía esa historia de querer probar las cosas. Nunca había vuelto a pensar en esto, pero la semana que le conocí fue a través de un amigo mutuo, porque Paco no iba al mismo colegio que nosotros. Esa semana nos fuimos por ahí los dos y hacíamos cosas como dar la vuelta a donde vivíamos, en la Ciudad de los Periodistas, sin tocar el suelo. Nos subíamos a los buzones, a los coches… no podíamos tocar el suelo. Paco era constante: a ver si hacemos esto, a ver si subimos al árbol más alto".

Ese carácter inquieto a veces llevaba al límite incluso a amigos del alma como Delcán. Lo recuerda el grafista en el texto de Computer Emuzone: "Que yo recuerde, Paco y yo no discutimos ni una sola vez durante el desarrollo del juego. Él me apoyó cien por cien en mis decisiones y yo a él. Cosa que no era así fuera de ese entorno. Yo me he llegado a pegar a puñetazos con él por verdaderas gilipolleces, pero creando el juego nos llevamos de miedo". Ojo, no hay que pensar por esta cita que Delcán y Menéndez no se tragaran, al contrario. El segundo zanja el tema, tajante: "A Paco lo quería mucho".

Su hermana también lo sufrió en sus propias carnes: "Me encantaba la música y quería un tocadiscos. Pero descubrí que existía una cosa que eran los comediscos, un bolsito que llevabas colgado como un *walkman*, pero más grande, donde metías los *singles*. Pedí un comediscos a los Reyes y conseguí que me lo trajeran. Un buen día fui a por él y me lo encontré completamente deshecho. Paco lo había abierto para ver qué había por dentro y lo había 'descojonao' completamente".

— "¡Nunca más va a volver a funcionar!"

— "Yo te lo arreglo…", contesto Menéndez.

"Qué va. No lo arregló. Me cogí un rebote tremendo[112]".

Del grupo de amigos del barrio, que luego formaría Made in Spain, Charlie Granados también le recuerda con cariño. "Tenía una capacidad impresionante de aprender y de aplicar las cosas. Lo que a nosotros nos costaba un esfuerzo él lo sacaba con nada. Tenía una mente prodigiosa. Pero también le pasaba que era un tipo desorganizado, tenía la cabeza loca. Hizo grandísimas cosas pero las podría haber hecho mejores todavía. Era un tío muy independiente. No era metódico, tenía horarios muy raros, le faltaba ese lado. De pronto se tiraba una noche entera haciendo una cosa. Hacía jornadas muy largas o de pronto se iba a pasear por ahí a meditar, una cosa muy curiosa. Pero era un genio e hizo algunas cosas que me siguen pareciendo impresionantes en estos momentos. Mucho de lo que inventó para *La Abadía del Crimen* estaba muy adelantado a su tiempo".

A Pedro Ruiz, de Opera, le fascinaba la faceta de creador de Menéndez, esa que él asegura que nunca ha tenido y que valoraba en sus compañeros de equipo: "Era uno de los genios, un creador nato. Es uno de los genios del *software* en España. Era muy, muy bueno. Técnicamente había pocos como él. Puede que Paco Suárez, si alguno se le puede comparar, pero además era muy, muy creador".

Desmotivado del mundo del videojuego, los problemas de Menéndez en Opera se comenzaron a suceder cuando perdió las ganas de trabajar o de colaborar en otros encargos: "Era un tío que le tenías que dar de comer aparte –prosigue Pedro Ruiz–. Muy bueno, muy creador, pero no le gustaba hacer una cosa porque sí. Le tocó la base de datos de uno de los encargos que hicimos para Philips y le repateaba. No veía ningún interés en eso".

— "Paco, esto hay que hacerlo porque nos lo han encargado, somos profesionales y, oye, aunque no te guste hay que hacerlo".

— "Voy a hacer aquí un disco virtual de memoria RAM".

— "¡Pues haz lo que te dé la gana, pero hazlo!"

"Y encontró su propio reto dentro de una aplicación muy sosa como es una base de datos. Hizo una chorrada de aplicación y se inventó una especie de disco virtual, una cosa muy curiosa que le gustó. Discutíamos mucho por eso, porque sólo quería hacer lo que le gustaba. A veces se podía, pero a veces no. Aquello era una empresa y fue uno de los motivos por los que se fue. No le gustaba. Le decías:

— "¡Haz un juego!"

— "¡No me apetece!", contestaba.

"No era de los que, como Gonzo, siempre tenían ideas para hacer juegos y siempre los estaban haciendo. Paco necesitaba un reto, lo resolvía y a otra cosa. No quería insistir en la misma área. Era una persona muy inquieta, un fenómeno".

José Antonio Morales también habla en los mismos términos que sus compañeros y añade, con su gracia particular, alguna anécdota para endulzar un punto el carácter del programador: "Paco era un genio. Paco era un puto genio. Tenía una cabeza privilegiada. Y cuando te digo privilegiada, un puto monstruo. Yo estaba haciendo la hoja de cálculo y aprendía porque no me quedaba otra, soy un cansino. Una hoja de cálculo en ensamblador tenía sus complicaciones. Vamos, que no me pedí el sistema gráfico, me pedí la hoja de cálculo. Para putearme a mí mismo, ¿no? Y recuerdo mis peleas con la coma flotante. Era difícil en una época en la que nunca hubo Internet y encontrar información era complicado. Llevaba tres semanas y no daba con la tecla. Y me pegaba, y luchaba, y en esto que un día apareció Paco, con el que tenía muy buena amistad desde Amstrad, y que todavía no tenía ninguna relación con Opera. Estaba haciendo *La Abadía del Crimen* y te decía:

— "¿Qué haces, chaval?"

— "Aquí estoy, tío. Puteado. Joder, la mierda esta. Estoy haciendo la coma flotante".

— "¡Ah! ¿Cómo la estás haciendo? ¿En binario o en cuatro bits?"

— "No, no, en binario".

— "Joder, es que te has equivocado. Si la hicieras en cuatro bits…"

— "Joder, ¿y eso qué me aporta?"

"El tío se puso a teclear…

— "Es que aquí lo tienes mal".

— "¿Pero por qué no te mueres?", bromea Morales.

"Un puto crack. Todos pensábamos que era un puto crack y él pensaba que nosotros técnicamente éramos unos cracks. Siempre decía:

— "Si algún día me tengo que ir a una empresa, vendré aquí".

"Era un tío muy afable, muy inocente, todos le hacíamos bromas terribles. Me acuerdo el día de los premios de Microhobby, que le dieron el premio a todo. Salió varias veces. Ya estaba en Opera y nos sentábamos todos juntos, con Dinamic. Y le gastaba bromas muy pesadas, porque tengo ese carácter andaluz:

— "Has salido y no me has mencionado ni una vez, cabrón. Te he hecho media abadía y no me has mencionado".

"Y el tío, muy inocente, muy buena gente:

— "Joder… ¿Pero qué has hecho que tenga relación?"

— "¡Si es una broma, tío!"

"Era muy buena gente. Pero era un tipo difícil, muy difícil con su vida laboral. Como los niños que están en la escuela y son superdotados y no sacan buenas notas. En el trabajo era muy complicado".

Morales, que alcanzó la cima con su primer trabajo en Opera, entiende parte del desasosiego de Menéndez con el videojuego después de *La Abadía del Crimen*: "Paco sabía muy bien lo que había hecho y le satisfacía mucho, en mi opinión. Otra cosa es que dejara los videojuegos estando en Opera, y lo entiendo. Es muy difícil volver a repetir un título así, eso te marca para toda la vida. Muy complicado. Fue una desgracia. A mí me pasó con el *Livingstone, Supongo*. Fue muy bien pero hubiera preferido hacer otro peor para luego llegar a *Livingstone*. A partir de ahí ya era muy difícil que se te ocurriera otra tontería de ese calibre. A Paco le pasó lo mismo. Si es que además es acojonante, si aquella época que vosotros llamáis dorada tiene un mérito es que ¡no había nada! Estaba todo por hacer en España".

Menéndez tomó la decisión definitiva a principios del 89. Morales recuerda el momento en el que el programador decidió desligarse de Opera y, por extensión, del mundo del videojuego: "Yo me metía mucho con Paco porque no hacía más juegos. Ten en cuenta que él estuvo en Opera como año y medio. Yo llevaba el desarrollo de videojuegos y él se sentaba enfrente mío, le decía:

— "Paco, tío… ¡vamos! ¡Te necesitamos aquí!"

"Quería hacer la computación en paralelo [a la que llegaré en breve] y ya estaba con unas teorías. Tuvimos muchas discusiones y él siempre lo decía".

— "He venido aquí a hacer cosas nuevas, porque si no las hago con vosotros, no sé con quién las voy a hacer en este país".

— "Paco, esto es una empresa de videojuegos".

"Al final se fue", sentencia Morales.

De la noticia se hizo eco Microhobby[113] en su número de abril del 89 donde destacaba todo lo que ya han comentado sus contemporáneos: "Parece que, tras una época de titubeos, por fin ha decidido orientar sus conocimientos hacia otros campos más 'serios' de la informática, lo cual, lamentablemente, no deja de ser una mala noticia para los buenos aficionados a los juegos".

En una entrevista concedida a la misma revista unas semanas más tarde, Menéndez explicaba su decisión: "Esto ya no es lo que era. Ahora es todo marketing. […] Antes era todo un arte, ahora todo es dinero. […] De todas formas, nunca había pensado dedicarme a esto para siempre, sino que me lo planteé como un hobby, y creo que ha llegado el momento de dejarlo. […] [Voy a] seguir con mi carrera de telecomunicaciones y dedicarme a la investigación. Estoy trabajando con un ordenador con una

arquitectura totalmente nueva y también estoy desarrollando un nuevo lenguaje para él. […] Si me decidiera por hacer algo nuevo tendría que ser mejor que *La Abadía del Crimen*, y el esfuerzo que ello me supondría estoy seguro que no se vería recompensado[114]".

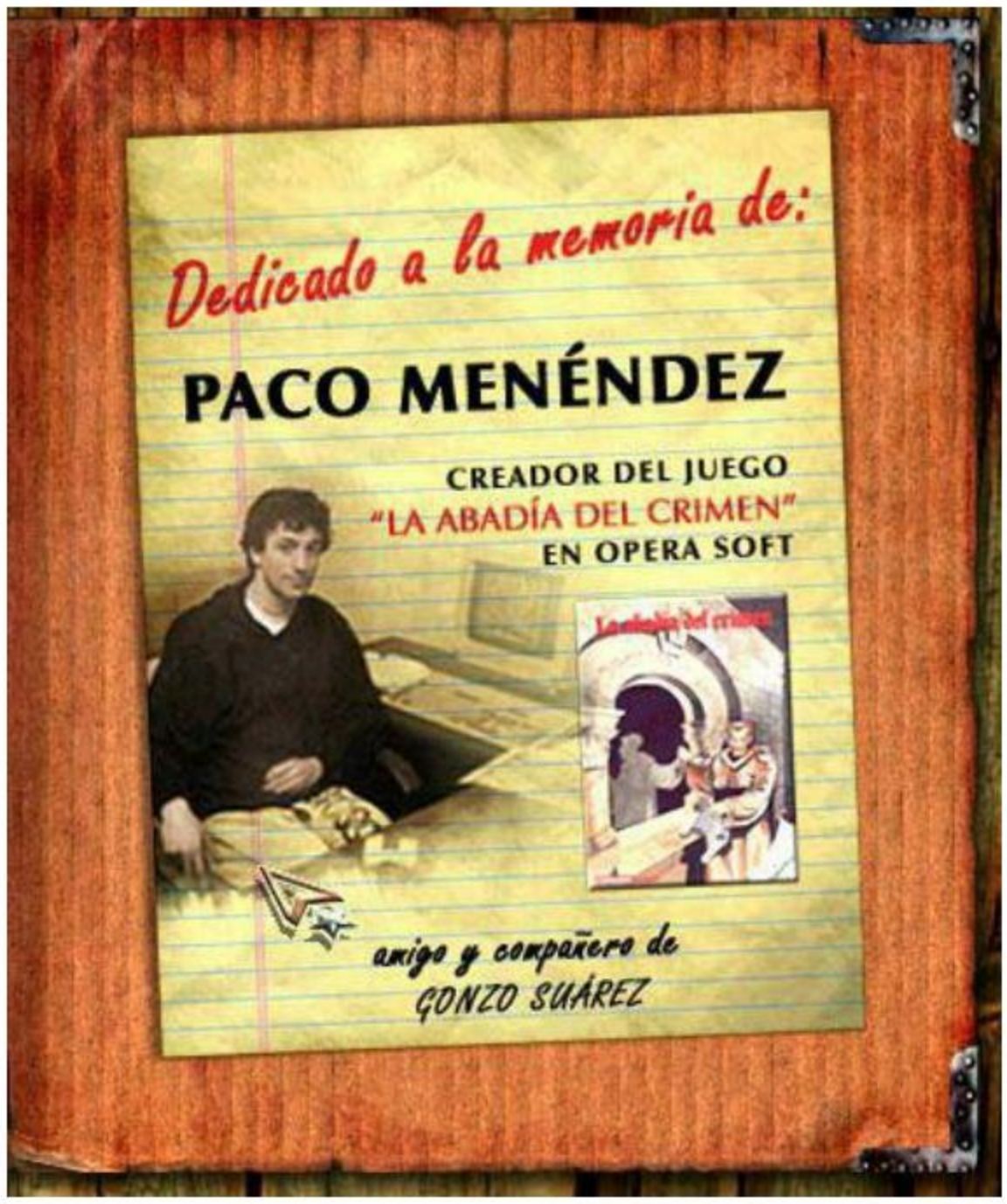
Apartado del videojuego, Menéndez trabajó en la empresa privada a lo largo de los noventa hasta que en los últimos años de la década se mudó a Sevilla y arrancó el proyecto que cita Morales unas líneas más atrás: la computación en paralelo. No me extenderé en exceso ya que el tema se sale por completo del objeto de estudio del libro pero ilustra ese carácter inconformista y emprendedor de Menéndez. Para explicarlo, he tirado de otro protagonista de este libro al que aún no he presentado: Gonzo Suárez. Aunque aún le queda un año para entrar en escena, Gonzo coincidió con Menéndez en Opera durante el 87 y el 88 y guarda un gran recuerdo de su amistad[115].

El proyecto de Menéndez se basaba en crear un chip que permitiera controlar el flujo de información y dividirlo en varios canales para aumentar la velocidad de transmisión de datos. Pero en informática, dos y dos no son cuatro, como explica Gonzo: "Suponiendo que los procesos sean homogéneos, por ejemplo la entrada del publico a un circo, se optimiza mucho más si abres diez puertas que si abres una sola. La dificultad radica que en ingeniería los procesos no son homogéneos. El chip era muy gracioso, era muy meritorio, pero no implicaba ser un alarde de empresario ni un gran creador de modelos de negocio".

En esa época, instalado en el sur de España y con el proyecto del chip entre manos, Menéndez encadenó un par de fuertes depresiones, tal y como me explica su hermana. Así llegó a 1999, año en el que en mitad de una de las citadas depresiones, decidió poner punto y final a su existencia.

Así se escribió el último capítulo de la historia del que ha sido, quizás, el programador más brillante de nuestro país durante la Edad de Oro. Como les pasa a otros artistas de muerte temprana, se fue con un currículum ínfimo (*Fred*, *Sir Fred*, *La Abadía del Crimen*) si lo comparamos con su ingenio y su habilidad al teclado y con la sensación de que todavía podría haber dado más de sí de haberse dedicado al desarrollo de videojuegos.

"Paco Menéndez es un desperdicio industrial, y no lo digo en el sentido peyorativo –lamenta Gonzo Suárez–. No sólo aportaba nivel, aportaba la forma de afrontar y desarrollar problemas, aportaba en todos los índices, aportaba mucho. El tipo tenía una percepción más clara de lo que era la producción de un juego, de lo que significaba. No sólo era programación sino que requería de todos los elementos. Esa visión global, esos elementos, los explotó. Y eran síntomas que te desconcertaban al verlos. Era un individuo que veía. La inteligencia tiene un elemento: no es de procesos, es más de imágenes. Paco veía. Cuando te contaba algo a lo mejor no lo tenía del todo claro, pero lo veía. Era enormemente plástico. ¿Cómo voy a hacer un juego? Y te contaba una descripción de un entorno. Lo veía. Y lo que hacía, efectivamente, era madurar esa visión. Cuando uno ve, lo de picar teclas es un mero trámite".



Con esta imagen Gonzo Suárez homenajeó a Paco Menéndez al final de *Commandos 2*.

Después de haber compartido oficina con Menéndez, Gonzo también tiene claro, como Morales, que crear esa obra maestra supuso una losa demasiado pesada para continuar en el videojuego.

"*La Abadía del Crimen* le mató. No literalmente, pero sí a nivel de creador de juegos. Entendió que había hecho un juego enormemente emblemático y válido y que por mucho que ahora se recuerde no tuvo ningún éxito comercial. Entendió que si no logró respuesta comercial, él no tenía nada que hacer en el mundo del videojuego. Fue una pena, porque era claramente de un valor tremendo. Demasiado disparado, demasiado emocionado, demasiado apasionado, esa pasión desmesurada acabó con él. Con un carácter muy apegado a sus horarios y a su forma de hacer. A lo sumo concedía a alguien que le echase una mano, no tenía ninguna intención a priori de entrar en colaboración".

Cuando Menéndez se quitó la vida, Delcán estaba a muchos kilómetros de España. A demasiados. Nunca acabó la carrera y, en su lugar, se mudó a Estados Unidos donde la vida le ha ido francamente bien. La noticia le asaltó en Los Angeles, ciudad a la que se acababa de mudar, aunque la fortuna quiso que unos meses antes tuviera un último encuentro con su amigo.

"Me acuerdo perfectamente. Tengo pocos amigos. Amigos de verdad, tres. Cuando venía de Estados Unidos siempre les llamaba y una noche Paco estaba libre. Sería septiembre, cerca de su cumpleaños. Quedamos en un bar por la zona donde vivíamos los dos, la torre de Larra de la Ciudad de los Periodistas, y cuando llegué no había nadie. Eran las once de la noche. Me senté ahí echando pestes:

— "Ya está Paco…"

"A los diez o quince minutos apareció. Había empezado a llover y se presentó con dos latas de cerveza

en la mano. Había ido a por ellas a una gasolinera porque había llegado antes que yo. Estábamos los dos iluminados por una luz verde, de una farmacia, tomando una cerveza bajo la lluvia. No sé qué me estaba contando sobre la astrología, para predecir cosas. Tenía esas cosas misteriosas. Y eso fue…".

Al lado de esa torre de Larra tuvo lugar el último encuentro. Esa torre que ambos amigos compartieron durante años y en la que pasaron tardes enteras en la habitación de Menéndez, decorada con "algún dibujo mío, un poster enorme de Blondie y otro de Michelle Pfeiffer, estaba enamorado de ella", recuerda Delcán. La misma que les servía de trampolín para salir "por Moncloa, aunque no fuéramos unos grandes juerguistas", señala Charlie Granados. La torre en la que sonaron discos de "Ramones, Nacha Pop y toda esa basca", discos de "la movida, esa época fantástica", zanja Delcán, fue escenario del último encuentro entre las dos mentes que sacaron adelante la obra maestra del videojuego español. Puede que Menéndez y Delcán nunca más se crucen en vida, pero su espíritu paseará siempre entre los muros de *La Abadía del Crimen*.

92. El Pritzker es la más alta distinción en el mundo de la arquitectura. Tradicionalmente, se le conoce como el Nobel de arquitectura.

93. La perspectiva isométrica crea una ilusión tridimensional sobre un fondo en dos dimensiones. Dicho de otra manera, el espacio que se representa tiene tres dimensiones ya que nos podemos mover a lo largo, a lo ancho o a lo alto. Con los años, y la pujanza del realismo gráfico, ha caído en desuso aunque todavía se mantiene el concepto en juegos de estrategia en tiempo real (*Los Sims*, a su manera, también serían un ejemplo de ello). Ultimate popularizó con *Knight Lore* la perspectiva isométrica.

94. Delcán, que en aquel entonces estudiaba arquitectura, asegura en una entrevista concedida a Computer Emuzone que la idea de utilizar esa vista fue suya: "Se me ocurrió a mi, era una de las tres más usadas en la escuela de arquitectura".

95. "Los programadores". Microhobby Especial n, 5, pp. 48.

96. También he conseguido algunas citas de una entrevista que concedió a Computer Emuzone, que aparecerán debidamente justificadas.

97. Hablando en plata y reduciendo la explicación al extremo, los circuitos impresos son las líneas que vemos dibujadas en muchas placas informáticas y que se encargan de conectar los elementos de la misma.

98. Del reportaje "Genios del ordenador" de El País: Paco Menéndez […] acaba de poner en el mercado su *Sophos*, un diseñador de circuitos impresos, un programa profesional que realizó en tres semanas: "Se está vendiendo con más éxito del esperado, y con mi inexperiencia lo hemos sacado demasiado barato, a 30.000 pesetas de precio, cuando los programas semejantes del mercado valen por encima del millón y hasta doce millones el más caro".

99. Paco Menéndez, en una entrevista aparecida en Microhobby con motivo del lanzamiento, da una versión diferente: "Hemos hablado con una representante de su editorial en Italia […]. Se quedó encantada con la idea. Nos dijo que se lo iba a comentar a Umberto Eco y que seguramente no habría ningún problema. Pero de esto hace ya tres meses, y como todavía no hemos recibido ninguna contestación, hemos tenido que publicarlo con el nombre que lleva actualmente". Microhobby, n. 162, p. 32.

100. Cuando echa la vista atrás, en el texto que publicó Computer Emuzone, Delcán también ofrece una bonita descripción de los recuerdos que le vienen a la mente: "Recuerdo los billares de la Ciudad de los Periodistas, sobre todo el futbolín, recuerdo ir vestido con camisas de mi viejo que me quedaban siempre demasiado grandes, recuerdo cuando estaba terminando el juego que me enamoré de la que sería mi mujer, Nuria Román".

101. En una entrevista concedida a Ona Catalana, Delcán asegura que no hay ningún elemento específico de la abadía de *El Nombre de la Rosa* porque las descripciones no son lo suficientemente ilustrativas como para representarlas gráficamente.

102. A principios de siglo, Giner fue el primero que se lanzó con una versión compatible para ordenadores personales y Pazos, que hizo un primer remake para MSX2, también ha trabajado en una versión para móviles y otra en Java que permite experimentar *La Abadía del Crimen* desde cualquier navegador.

103. Delcán recuerda en Computer Emuzone que un día, en pleno desarrollo, se quedaron asombrados ante esa supuesta inteligencia de los monjes: "Una vez se nos descontrolaron los monjes ya que tenían, de alguna manera, inteligencia artificial y nos quedamos flipados de las cosas que ocurrieron. Fue como si los monjes cobraran vida y daba un poco de impresión. Podíamos haber hecho un juego totalmente diferente con lo que vimos aquel día, pero casi habíamos teminado y no era cuestión de empezar de nuevo".

104. Conceptualmente, la mayor fuente de inspiración de Menéndez pudieron ser los títulos de Ultimate que utilizaban la ténica del filmation (que no era otra cosa que un nombre molón para referirse al motor gráfico de la vista isométrica que utilizaban): *Knight Lore*, *Gunfright*. También hay que destacar *The Great Escape*, juego basado en la película del mismo nombre, que compartía elementos con *La Abadía del Crimen*, como las rutinas diarias o la supuesta inteligencia artificial del resto de personajes.

105. Pazos me confirma que en su día apareció una versión para Amstrad con menos habitaciones por problemas de memoria.

106. Un ejemplo de estas máquinas es el Spectrum 128, una versión más potente del primer ZX Spectrum lanzada en nuestro país en 1985 y que permitía ejecutar juegos con mayores requisitos técnicos, como es el caso que nos ocupa.

107. "Un Sherlock Holmes medieval". Microhobby, n. 162, pp. 28-29.

108. Micromanía, época 1, n. 29, p. 29.

109. Micromanía, época 1, n. 33, pp. 74-79.

110. "Spectrum 128. Perfect ten games". Retrogamer, n. 48, pp. 64-65.

111. "Import Only. *La Abadía del Crimen*". Retrogamer, n. 73, pp. 40-41.

112. Delcán también recuerda en Computer Emuzone la afición de Menéndez por trastear: "Con nueve años, [Paco] era flacucho y le gustaba destripar mis juguetes electrónicos, no siempre logrando juntarlos de vuelta".

113. "El adiós de un gran programador". Microhobby, n. 187, p. 4.

114. "Antes programar era un arte, ahora es todo marketing". Microhobby, n. 188, p. 59.

115. Gonzo dedicó a la memoria de Menéndez la segunda parte de *Commandos*, *Commandos 2*.

La consecuencia inmediata de la bajada de precios auspiciada por ERBE durante el año anterior fue la explosión de un mercado que mostraba síntomas de estar en buena forma pero que no había despegado en gran medida por el daño que le hacía la piratería.

Después de unos meses en los que todos los estudios, grandes y pequeños, se acostumbraron a convivir en ese nuevo hábitat, comenzó un nuevo tiempo encarnado en este año 88 en el que los lanzamientos se producían como churros.

Fruto de esta fiebre del oro por crear más, y más, y más novedades se extendió la leyenda de que España se convirtió, durante sus mejores años, en el segundo productor europeo. Leyenda, de nuevo, que se ha alimentado sin datos, estadísticas o pruebas más allá de la percepción de que nuestro país producía más que cualquier otro del continente a excepción, claro está, del gigante británico.

Pablo Ruiz y Paco Pastor, dos voces con cierta entidad para hablar de los números que se movieron en su día, desmienten esta tesis y apuntan que aunque España no ocupó el segundo lugar de ese podio virtual, sí que podría haberse llevado la medalla de bronce.

"No hay estadísticas ni oficiales ni fiables, pero en mi opinión Inglaterra era el número uno indiscutible seguida de Francia a bastante distancia –opina Pablo Ruiz–. España ocupaba una tercera y meritoria posición ya que, por población y PIB, tanto Alemania como Italia debieron ir por delante".

"No creo que llegáramos a ser el segundo porque si cuentas las más fuertes, eran Dinamic, luego Topo y ya Opera y Made in Spain –explica Paco Pastor–. Francia tenía un mercado muy fuerte, muy potente, creo que serían el segundo en unidades de venta. Además, nunca tuvieron el problema de piratería que tuvimos nosotros. Si hablamos de unidades en circulación, en los hogares, España sería el primero –bromea–. Pero si hablamos de cifras de ventas de producto nacional, los terceros".

A esta explosión productiva ayudó tanto la bajada de precios como las diferentes campañas que se hicieron para que la gente tuviese acceso a todas las novedades posibles. Fueron bastante considerables las jugadas de Topo, siempre a la vanguardia en temas promocionales, y que popularizó conceptos como los packs de juegos a precio reducido o incluso los dos por uno.

"Aplicamos ideas, conceptos discográficos –recuerda Pastor–. Yo venía de ese mundo, del marketing discográfico al del videojuego. En las compañías de discos era habitual que cada año se publicara el disco con los éxitos del año y fuimos los primeros en sacar las recopilaciones. Era muy fácil, porque los juegos estaban más que amortizados. El lingote fue el primero que hicimos, era como un lingote de oro con diez videojuegos por el precio de dos o de tres. De eso vendimos… Creo que llegamos a fabricar millón y medio o dos millones de unidades: vendimos 200.000 de cada uno de los juegos que ya se habían vendido. Eran cifras enormes para una industria que no existía [un año atrás], claro. Las *compilations* nos las copiaron en Inglaterra, en ese sentido fuimos bastante punta de lanza en todas estas historias 'marketinianas'".

"La idea del dos por uno surgió al aplicar los conceptos del *nice price* o precio redondo que aplicaban

las compañías para vender los discos de fondo de catálogo que ya habían sido amortizados a su precio completo –prosigue Pastor–. Era una forma de sacar un margen adicional a productos que ya habían llegado al final de su vida comercial a través de los canales y precios habituales".

Vistas las cifras que manejaban los dueños del cotarro, más vale abrocharse los cinturones porque lo que viene ahora es una avalancha de novedades y de ventas como no se había visto nunca.

Pese a haber lanzado un pelotazo como *Desperado*, con el que Topo hacía caja semana a semana, el equipo profesional del estudio auspiciado por ERBE seguía siendo el mismo que en su momento lanzó *Las Tres Luces de Glaurung*.

"En ese tiempo, la plantilla fija seguía siendo Emilio, 'Rambo' y yo, pero ya contábamos con bastantes colaboradores *freelance* que no sólo traían juegos nuevos desarrollados casi enteramente por ellos, sino que a algunos se les encargaban conversiones o incluso proyectos originales. En el caso de los grafistas, había una serie de ellos a los que se les encargaban colaboraciones cada vez más asiduas, como es el caso de Ricardo Cancho, alias *Kantxo*, y Roberto Potenciano Acebes, que firmaba como 'ACE', quienes llegaron a firmar un buen número de pantallas de carga y que más tarde entrarían a formar parte de la plantilla de Topo en su segunda etapa", señala Javier Cano.

De generosa media melena rubia y aire apuesto, Cancho entró a formar parte de la plantilla de Topo a principios de 1988 cuando ERBE decidió cambiar de estrategia respecto a lo que había hecho hasta el momento, como explica el mismo grafista en una entrevista concedida a Jesús Martínez del Vas en El Mundo del Spectrum[116]: "Tenían un objetivo en mente, sacar al mercado no menos de diez juegos de creación propia, así como algún otro título aparte y conversiones 'raras' (como a C64, a PC o incluso a Atari ST) realizadas por los *freelance*. Javier Cano lo tenía muy claro: sólo quería lo mejor que fuera capaz de contratar, y los socios de Paco Pastor se habían vuelto sorprendentemente generosos en esta inversión, por lo que el dinero no fue ningún obstáculo".

De esta cita de Cancho se puede extraer una conclusión: Topo dio un salto brutal respecto a su planteamiento del año anterior. En el 87 el dinero había fluido pero aquello seguía siendo un sello donde los juegos se creaban desde fuera y en el que unos pocos asalariados se encargaban de coordinar los proyectos. En este 88, la premisa era otra: arrasar. Haciendo un símil futbolero, daba la impresión de que un jeque árabe había comprado Topo para hacer de la firma la niña bonita del *software* español. Cancho, con el que también tuve oportunidad de charlar, ahonda en este punto.

"El salto entre la etapa de 1987, basada en trabajos de *freelance* al de la etapa de 1988, la profesional, fue toda una operación premeditada de ERBE cuyos pasos fueron todos planificados al milímetro, con cuantiosas inversiones económicas (medios técnicos, oficinas dedicadas, contrataciones en masa y la fabricación de *hardware* ex profeso de desarrollo[117]). No fue una simple evolución natural: ERBE ya era muy grande entonces pero quería más, y aparte del obvio aspecto económico, quería también hacerse un sitio en el subconsciente del comprador adolescente con Topo como marca española de juegos de calidad. Uno y otro lo consiguió, sin duda. El objetivo último y explícito: barrer a Dinamic, cosa que no logró, considero que para bien de la industria".

Así, Topo pasó de una plantilla de tres personas a un nutrido grupo que juntaba a todavía más programadores y algunos grafistas. "ERBE planteó que para 1988 había que tener, además de los juegos de colaboradores, una serie de lanzamientos fijos de Topo con fechas programadas para su lanzamiento y con los que se podrían organizar con tiempo las respectivas campañas publicitarias, además de tener un

control de calidad más riguroso –recuerda Cano–. Los cálculos que hizo Paco Pastor eran bastante ambiciosos: lanzar diez títulos de producción propia para los ordenadores basados en el Z80 (Spectrum, Amstrad CPC y MSX), y al menos cinco juegos originales realizados por *freelancers* al año".

"Era necesario aumentar la plantilla, así que para poder cumplir esos objetivos calculé que harían falta cinco programadores para las versiones originales a razón de dos juegos al año cada uno, que comenzarían siempre con Spectrum, dos buenos grafistas y un programador de apoyo. Ese fue el equipo que formó Topo en su segunda etapa. Además de Emilio Martínez y de José Manuel Muñoz, se contó con Rafael Gómez, Eugenio Barahona y Carlos Arias –que además era especialista en MSX– como programadores, y con Roberto Potenciano y Ricardo Cancho como grafistas. José Manuel Lazo, un programador con un elevadísimo nivel técnico, fue el seleccionado como programador de apoyo[118]".

Al leer las palabras de Cancho y la explicación de Cano, queda claro que Topo creció exponencialmente en 1988 para convertirse, haciendo una analogía con el cine, en una *major* al estilo hollywoodiense. El objetivo, inundar el mercado de videojuegos. "No tanto inundarlo como hacer que la marca se conociera y, sobre todo, que fueran juegos buenos –aclara Paco Pastor–. No olvides una cosa muy importante, teníamos en nuestra mano la posibilidad de distribuir todos esos juegos fuera de España porque teníamos a todas las compañías inglesas y podíamos vender esos juegos, licenciarlos fuera de España. Teníamos muchas más posibilidades."

En este punto hay un análisis de Gonzo Suárez (sí, sí, el de Opera) muy adecuado a la par que polémico en el que pone en contexto el papel de Topo dentro del panorama del videojuego español de los ochenta. "Topo era una broma –asegura tajante–. Puede que sacara muchos juegos, y había gente muy buena como Javier Arévalo, que era una ficha tremendamente importante, pero Topo era una broma. Yo no juntaría nunca ni con Dinamic, que fue claramente una gran, gran genialidad, de gente muy brillante a pesar de que Pablo aparente sosez, ni con Opera ni con Made in Spain. Topo era… el formato estudio de cine industrial que hacía jueguecitos. Y alguno tenía cierta gracia, eh".

Lo curioso de esta cita de Gonzo, en lo relativo al formato estudio de cine, es que Paco Pastor asiente cuando se la traslado: "Sí que tiene razón. No te lo voy a negar. Quizás por el hecho de tener más medios, la gente tiende a desarrollar menos la imaginación. Yo estoy muy orgulloso de Topo, creo que hicieron juegos muy buenos y otros que evidentemente no lo eran".

Preguntado por el papel que ocuparía Topo en una clasificación hipotética de estudios, Pastor, por ejemplo, tiene claro que la palabra final la tiene el público independientemente de la calidad del producto final: "Al final, ¿sabes qué ocurre con el tema de la calidad? Es muy subjetivo. Por eso no te discuto que Gonzo tenga razón. A mí la vida me ha enseñado que la gente es la que decide al final. Si me preguntas quiénes han sido los mejores desarrolladores de videojuegos en España, pues probablemente Dinamic. ¿Por qué? Porque son los que más juegos han vendido. Qué quieres que te diga, no me gusta nada David Bisbal y sin embargo vende un huevo. Pues chico, viva David Bisbal. Al final es la gente la que tiene la palabra. Calificaría a Topo como la segunda mejor compañía de videojuegos que hubo en España, por la simple razón que fue la segunda más vendedora".

Dejo a un lado la calidad de lo que hizo el estudio a partir de esta conversión *industrial* y vuelvo a los primeros días del año en los que el equipo se juntó para comenzar a dar forma a sus nuevos proyectos. Una cita de Cancho refleja dos puntos interesantes: el cambio en el planteamiento de las novedades que provocó el éxito de *Desperado* y el ambiente de 'buenrollismo' que se respiraba en las oficinas de Topo a pesar de tener una tarea titánica por delante.

"El uno de enero de 1988 se inauguró oficialmente la segunda etapa de Topo –recuerda Cancho–. Los medios con que contaban daban vértigo para los estándares de la época. […] Según Erbe, el rival a batir

era Dinamic, ninguneando premeditadamente a Opera Soft. […] Con un objetivo tan ambicioso en cuanto a la cantidad, en los últimos meses de 1987 se habían estado decidiendo cuáles serían los juegos que se empezarían a desarrollar. Rafa Gómez tenía ya la idea para hacer una actualización del clásico comecocos, lo que sería *Mad Mix Game*, pero aparte de ese proyecto, era necesaria una importante aportación de ideas. En vista del éxito de un juego temático como *Desperado*, se tomó la decisión más lógica: crear más juegos con ambientación muy concreta y, a ser posible, que no hubieran sido muy tratados con anterioridad. Los primeros serían uno de gangsters, uno de romanos, carreras de cuadrigas para ser más exactos, uno de piratas y uno de buceadores en busca del Titanic".

Es interesante destacar dos puntos que entroncan directamente con la figura de Cancho. Como grafista, es importante señalar su trabajo en las pantallas de carga, de las que no he hecho casi mención en este relato. Aunque hoy nos pueda parecer una pantallita muy simpática con sus píxelazos y poco más, en su día era la puerta de entrada al juego en cuestión: mientras el casete cargaba durante incontables minutos, la única promesa de un futuro mejor era esa impresión en la televisión de turno que te daba una pista de por dónde iban a ir los tiros.

Además, el grafista también deja claro en unas declaraciones suyas aparecidas en el Pixeblog de Pedja, como se conoce a Jesús Relinque, que su trabajo no se limitaba al apartado visual y que, por lo menos en Topo, la labor creativa era una tarea compartida con los programadores.

De vuelta a Topo, con el equipo listo y situados en unas nuevas oficinas que ya se asemejaban a un lugar de trabajo salubre[119], alejados de una vez por todas de aquel sótano de condiciones infrahumanas que describía Muñoz, el equipo se puso manos a la obra. 'Gominolas', en nuestra entrevista, se lanzó a hacer un retrato del ambiente de trabajo: "Éramos los típicos 'nerdos' de entonces: camisa, pantalón de tergal, unas gafas que no veas… Les admiraba mucho, para mí eran genios. En retrospectiva, creo que encajábamos mucho con el estereotipo de *nerd* que no se duchaba todo lo que debería, que no salía mucho de casa, antisocial… Aunque alguno había guapito y ligón que rompía el estereotipo".

Cancho discrepa, y mucho, de la imagen que recuerda el músico: "Sólo conocí a una persona que respondiera a esa descripción: uno de los hermanos Arévalo, los autores de *Stardust*. Uno de ellos, no recuerdo cual, sí que tenía esas pintas de lo que a finales de los setenta se denominaba un progre: chaqueta de pana con coderas, espesa barba negra y gruesas gafas de pasta. Pero el otro hermano era totalmente estándar: vaqueros y ropa cómoda. Vamos, que ni *nerds* ni *geeks* ni 'frikis'. ¡Y mucho menos con pinta de no ducharnos en una semana!

"Éramos chicos totalmente normales en nuestros modos y maneras, estudiantes con relaciones personales normales y notas normales, apasionados por esas máquinas, sí, pero a la vez con muchas ganas de divertirnos haciendo algo que nos gustaba y que, para colmo, nos dió mucho dinero. Sobre todo con ganas de divertirnos, de lo que daban fe las continuas fiestecillas y guateques que hicimos. Todos procedíamos de clase media, unos con más posibilidades que otros pero más o menos de nivel similar. Éramos de barrio pero no éramos una secta de gente rara. Cierto que nuestra forma de vestir, a poco que con el primer dinero que ganamos tuvimos más independencia personal, reflejaba gustos que no se veían mucho en una oficina estándar por entonces, pero ya eran finales de los ochenta y ya no era tan sorprendente visto lo visto en aquella década. Seguramente el de vestimenta más curiosa era el propio Javier Cano. Inclasificable: camiseta de manga corta cuanto más colorida y estampada mejor sobre la que lucía unos eternos tirantes, estampados a su vez, que sujetaban unos amplios pantalones, generalmente oscuros pero a veces con unos motivos sacados de la imaginación de cualquier diseñador de cortinas. Supongo que si su imagen hubiese sido más de traje y corbata quizá no le hubieran degradado tanto en ERBE, pero es que entonces tampoco hubiera sido Javier Cano. Los demás éramos más de vaqueros y ropa cómoda, excepto Pepe Lazo: siempre con chaqueta, pantalones de pinza y

corbata".

Lo acaba de avanzar Cancho. Lo que era un paraje *idílico* según relata, se fue al garete cuando ERBE decidió cambiar a la persona al frente del estudio y quitarse del medio, de un plumazo, a Javier Cano. Éste recuerda el momento como si fuera ayer.

"Una vez que ya estaba organizado el nuevo Topo me llamaron desde las oficinas de ERBE para que acudiese a una reunión con la plana mayor. En ese momento pensé que se trataría de una reunión para hablar sobre la estrategia que seguiríamos con la nueva estructura, pero no fue así".

"En la sala de reuniones estaban los tres socios: Paco Pastor, Peter Bagney y su hermano Andy, y me sorprendió encontrar también allí a Gabriel Nieto, al que ya conocía de vista por ser director de la revista Micromanía. Tras la sorpresa del primer momento, pensé que quizá la reunión sería para hablar de fechas y diseñar las campañas publicitarias y notas de prensa promocionales para los primeros lanzamientos. Pero entonces, ¿qué hacían allí los otros socios capitalistas?"

"El planteamiento que me expuso Paco era muy simple. Según él, a los programadores y grafistas, al ser creativos, les costaba mucho ceñirse a un calendario, y ERBE necesitaba rentabilizar la inversión asegurando que los objetivos se cumplirían, por lo que pensaban que el director de Topo debía de ser, en palabras textuales de Paco Pastor, "un hijo de puta[120]" que mantuviese a raya al personal y controlase la productividad en cada proyecto. Mi relación con el resto del equipo, en muchos casos de amistad, no aseguraría que dichos objetivos se cumplieran, y por eso habían decidido que Gabriel Nieto sería a partir de entonces el nuevo director de Topo, mientras que yo me encargaría exclusivamente de llevar los proyectos externos, de los que cobraría un *royalty* como incentivo, siempre bajo la supervisión de Gabriel como jefe absoluto".

La decisión era chocante. Hasta ese momento, todos los lanzamientos de Topo habían ido como la seda a excepción de los retrasos de *Las Tres Luces de Glaurung*, aquel proyecto del 86 que fue el primer envite serio al que se enfrentó el equipo. Pastor, pese a todo, sigue defendiendo la medida.

"Tanto Javi como Emilio eran desarrolladores. Javi, Emilio, 'Rambo', Rafa… eran programadores. Javi era el coordinador además de programador y desarrollador, pero digamos que Javi siempre era más técnico. A Gabi llegué en un momento en el que me di cuenta de que Topo tenía muchos proyectos en marcha y necesitaba una persona que no fuera programadora, sino que coordinara todo. Me puse en contacto con Gabriel Nieto, que tenía mucho conocimiento dentro del mundo del videojuego, llevaba muchos años, estaba en Micromanía y conocía además ese mundo desde el punto de vista del consumidor. Como había sido coordinador de redacción de la revista tenía un conocimiento de lo que era organizar un equipo de locos como eran los programadores, gente bohemia, muy a su bola. A Javier y Emilio los recuerdo con cariño, por lo menos por mi parte no hubo ningún mal rollo. La razón de poner a Gabriel no fue porque Javi no funcionara, sino por colocar a alguien que coordinara a todo el equipo".

El principal implicado en todo este asunto, Cano, cree que el movimiento estaba pensado de antemano y que ERBE utilizó su conocimiento del medio para allanar el trabajo y preparar un equipo de garantías. Todavía recuerda con dolor el trago por el que pasó en ese momento y en los meses posteriores: "Fue sin duda el momento más difícil que he tenido que pasar en aquellos estresantes pero maravillosos años. Lo peor de todo no fue sentirme poco valorado por una empresa a la que había entregado con entusiasmo tanto esfuerzo y tantas noches en vela, lo que más me dolió fue darme cuenta de que lo tenían planeado todo hacía tiempo y me habían estado ocultando sus verdaderas intenciones hasta que yo terminase de organizar y poner en marcha todo el sistema de desarrollo y hubiese seleccionado el personal".

"Nunca perdoné a Paco Pastor que me traicionara de ese modo tan miserable en vez de hablarme claramente. Fue un golpe muy bajo. Probablemente pensó que si yo conocía sus planes le dejaría en la estacada y no terminaría de organizar el nuevo Topo, tanto a nivel humano como técnicamente, y claro, no podían permitir que ese creativo 'blando de carácter', así me definió Paco, dejase esa tarea a Gabriel Nieto, cuyos conocimientos técnicos eran absolutamente nulos. Si Paco o alguno de sus socios realmente creyeron eso es que no me conocían en absoluto".

"A partir de ese momento, la enorme confianza, admiración y respeto que sentía por Paco Pastor se derrumbaron por completo, y ERBE, como la mayoría de empresas cuando crecen muy rápidamente, dejó de ser una compañía de ambiente familiar y cordial para convertirse en un simple listado de empleados cuyas nóminas dependían estrictamente de una cuenta de resultados".

La decisión sentó como un tiro al equipo, que se vio de repente ante una situación como la que narra Pastor: pasaron de tener a uno de los suyos en la dirección a un jefe impuesto desde ERBE para coordinar los proyectos pero que no tenía formación informática[121].

"Cano era el que más mano izquierda tenía para todo, les daba buenas palabras a los chavales y sabía manejar las situaciones muy diplomáticamente –explica Emilio Martínez–. Recuerdo una pequeña sensación como de traición. Los dos primeros años que estuvimos allí no descansamos ni un sábado, ni un domingo, ni un festivo. Fuimos todos los días, porque debíamos coger un nivel que no teníamos. Había tal volumen de trabajo y de cosas que queríamos hacer que no teníamos tiempo. Estuvimos dos años sin descansar. Le pasaba igual a Paco, a Peter, a todos los jefes. Paco iba al negocio que es algo lógico y normal. Y cuando [el negocio] empezó a ir bien, le dijeron a Javi que iban a poner a Gabriel después de todo el trabajo y el esfuerzo que habíamos derrochado e invertido".

"Javier Cano era la cabeza visible de Topo, sobre todo las relaciones con respecto a ERBE –apunta Rafa Gómez–. Era el que daba la cara con Paco, el que discutía los proyectos. Todos teníamos muchas ganas de trabajar, éramos gente muy joven, con ganas de comernos el mundo. Nos sentó como un tiro, porque quedó relegado a los *freelance*, pero sacó juegos. Si él no hubiese estado ahí muchísimos juegos no habrían visto la luz[122]. Que le reemplazara Nieto nos sentó fatal porque no sabía de juegos. De hecho, según me contó, era fotógrafo. Nunca había sabido de juegos. Nosotros éramos muy jovencillos, con muy poca experiencia, y de repente nos pusieron a un tío que no tenía ni puta idea. Nos sentó mal, mucho más a unos que eran más reivindicativos, como 'Rambo'. Yo tenía claro que había ido allí a trabajar, a buscarme un futuro y es lo que quería hacer. Unas veces se pierde y otras se gana".

Como ha explicado Gómez, y Cano unas líneas más atrás, el primer responsable de Topo quedó encargado de coordinar los trabajos con los colaboradores externos. Dicho en otras palabras, se lo quitaron del medio con un puesto simbólico del que, a pesar de todo, supo sacar provecho: "De tarde en tarde informaba a Nieto sobre qué tipo de juegos estaban realizando los *freelancers*, posibles fechas de lanzamiento y costes de cada uno, pero tampoco permití que se entrometiera mucho en mi terreno, sobre todo en cuanto a mi relación directa con los colaboradores. Lo que sí se me prohibió expresamente fue que me implicase personalmente con los menos expertos, bien mejorando código o retocando gráficos. Nieto me dijo que no quería verme sentado frente a un ordenador salvo para mirar un juego, con lo que me limitaba prácticamente a estar pegado al teléfono y recibir a los colaboradores para ver los avances".

Estampa de la plantilla de Topo momentos después de conocer la condena al ostracismo de Javier Cano. Algunas de las caras lo decían todo. En la fila superior se encuentra Ricardo Cancho (segundo por la izquierda), José Manuel Muñoz (segundo por la derecha) y Rafa Gómez (extremo derecho). En la inferior, Cano (en el centro, con americana oscura) y Emilio Martínez (extremo derecho).

El cambio en la dirección se produjo con efecto inmediato, como recuerda Cano: "Esa misma tarde, nada más regresar de la reunión al piso en donde teníamos las oficinas de Topo, junté a todo el equipo y les conté que habría un nuevo director y que yo ya no participaría en ninguno de los proyectos que ellos realizaran. Casi a modo de despedida cogí mi cámara de fotos, la coloqué sobre uno de los monitores y me uní a todo el grupo para inmortalizar el momento y que tuviésemos de recuerdo una fotografía que conservo con enorme cariño".

Es Cancho quien ilustra la entrada de Nieto en Topo: "Al poco rato apareció allí Gabriel Nieto, se presentó como el nuevo director y esa misma tarde obligó a Javier a desalojar su despacho. [...] Los ánimos se nos quedaron por los suelos".

A estas alturas de la película, todavía queda una pregunta por responder ¿quién es Gabriel Nieto? Desgraciadamente, es el único de los principales personajes de esta historia que se ha negado a participar en este relato. Y no ha sido por falta de perseverancia, ya que he intentado dar con él por teléfono, un método que resultó imposible ya que siempre se encontraba reunido, o por correo electrónico, al que nunca quiso contestar.

Afortunadamente, la plantilla de Topo fue lo suficientemente extensa, y existen en Microhobby y Micromanía varios textos suyos para poder conocer mejor a la persona que se puso al frente del mayor estudio de aquel momento, si nos atenemos a las cifras que movían.

Nieto llegó a Topo desde la redacción de Microhobby y Micromanía, ambas editadas por el mismo grupo editorial, Hobby Press, y en las que ocupaba un cargo de responsabilidad. Su historia con los 8 bits comenzó pronto, ya que fue el encargado de firmar en Microhobby algunos de los primeros reportajes. Sin ir más lejos, el primer texto que la revista dedicó a Dinamic lo redactó Nieto.

La jugada era maestra para ERBE, que hacía un movimiento horizontal en toda regla. Si ya había entrado en el terreno de la producción de videojuegos, con la llegada de Nieto se aseguraba un trato más

que favorable por parte de las revistas más importantes del momento. Un movimiento que no pasó desapercibido para nadie, mucho menos para el que era su principal rival: Dinamic.

"Hicieron una jugada a tres bandas que fue una pasada", recuerda Víctor Ruiz.

"Es el típico movimiento empresarial adulto –apunta Pablo–. Contrataron a Nieto, que era director de Micromanía, y tenían el enlace con la prensa".

"Nosotros éramos fans, artistas. ¡Eso no lo entendías! Lo hicieron porque en el mundo de los negocios se hace así", finaliza Víctor.

Con los años, Nieto había asumido un puesto de privilegio en la prensa especializada lo que le otorgaba grandes conocimientos acerca del funcionamiento de la industria: sabía cómo se manejaban los tiempos de desarrollo, cómo funcionaba la maquinaria de marketing, cómo tenían que venderse los juegos. Era un experto en todo lo que rodeaba al videojuego excepto en el aspecto fundamental: el videojuego en sí.

Teniendo en cuenta este punto, no es difícil imaginar que los programadores de Topo recibieran con cierto recelo a un tipo que no estaba familiarizado con los lenguajes de programación y que no tenía ninguna experiencia en dirigir un estudio. Para colmo de males, la actitud de Nieto tampoco fue la más diplomática. Bien por su propia forma de ser, o bien siguiendo esas consignas de Pastor y los Bagney, aquello de tener a un "hijo de puta" al frente del equipo para tenerlos a todos rectos, lo cierto es que las tiranteces con los miembros de Topo comenzaron desde el túnel de vestuarios, como se suele decir en el argot futbolístico.

"¿Qué puedo decir acerca de Gabriel Nieto? –se pregunta Cano–. No mucho. Al menos nada positivo que sea digno de reseñar, ya que él representaba todo lo opuesto por lo que yo había luchado durante ese tiempo: no poseía ningún conocimiento técnico, su nivel creativo y artístico brillaban por su ausencia y consideraba a los programadores y grafistas como meros oficinistas sujetos a un horario fijo, como si un creativo supiese a qué hora llegará su musa para inspirarle. Mi relación fue casi nula, él pasaba las horas muertas en su despacho aburriéndose, supongo, ya que tampoco sonaba mucho su teléfono. Mientras tanto, yo continuaba 'desterrado' en una sala llena de ordenadores y trastos varios que apenas se me permitían utilizar".

Julio Martín recuerda como Nieto ni le dirigía la palabra –"intentó tenernos en nómina y nos negamos. Se volvió muy frío, cuando le saludabas pasaba de ti"–. Cancho, que sería despedido unos meses más tarde, tampoco guarda un buen recuerdo: "Nuestra relación quedó emponzoñada desde el primer momento que apareció. Pese a todo, alguno prefirió seguir una línea más pragmática y logró mantener durante años una relación armoniosa con este caballero, pero apenas fueron un par de excepciones, como quien dice".

Las palabras de Cancho hay que tomarlas como un indicador de lo que iba a ser la atmósfera de Topo a partir de entonces. Aunque no era un lugar en el que el clima fuera irrespirable, ya que también los hubo que mantuvieron una relación cordial con Nieto. "Yo no me puedo quejar, desde el primer momento congenié muy bien con Gabriel y aunque no era director de programación, él sí me consideraba así. Era un solucionador de problemas. Siempre me llevé bien con él", recuerda Emilio Martínez.

Alfonso Borro, grafista que entraría en plantilla tras la marcha de Cancho, también tiene buenas palabras para Nieto. Cree que el cambio en la dinámica fue lógico y alaba la vertiente comercial del nuevo líder en una entrevista concedida a Josetxu Malanda para Speccy: "Esto es como el fútbol, que cuando se cambia de entrenador se cambia la forma de trabajar. Quizás Gabriel Nieto fuera menos entendido en cómo se hacían los juegos desde abajo, Javier Cano lo venía mamando desde un principio,

pero al contrario que éste, en lo comercial y el diseño era un auténtico Fórmula 1. Gabriel consiguió un equilibrio entre lo que se hacía y lo que se vendía, cosa que Javier nunca fue capaz. Los juegos de Javier fueron casi siempre mejores, más jugables incluso, pero Gabriel fue capaz de vender polos a los esquimales".

Vuelvo a Gonzo Suárez, una voz externa a Topo, para analizar la llegada de Nieto. El miembro de Opera vuelve a sacar el bisturí para diseccionar lo que supuso, poner en contexto a Topo con el resto de firmas y opinar sobre las repercusiones: "Nieto es prescindible –asegura tajante–. Podría contar la historia del videojuego sin Gabriel Nieto, pero también podría contarla con él. Era un tío que tenía que estar, pero no creo que aportara algo. Era prácticamente el jefe de Topo pero fue circunstancial. El tío era un operativo: lo colocabas ahí y hacía su papel. Él no estará de acuerdo, lógicamente. Era un profesional industrial. Cumplo con el cometido, con los objetivos y me creo que soy alguien como los americanos. Pero no tenía –chasquea los dedos varias veces mientras encuentra la palabra–… no era un ser que dijeras, he conocido a alguien peculiar".

"La idea de ERBE era hacer un compendio, un tejido completo industrial de toda la cadena de valor –prosigue Gonzo–. Lo vieron una buena forma de invertir. Topo es un concepto industrial, intentaron coger a gente que valía. Y como los creadores son unos descerebrados, cojo a alguien que sepa de videojuegos y que sea sensato, pues de la prensa. Es un concepto que en aquel momento, en sí mismo, parecía sensato. Y no dejaba de tener cierta razón, pero volvió tibia el agua. Siempre digo lo mismo, si cortas a un genio en trozos finísimos y luego lo vuelves a montar, no significa que cuando lo vuelvas a montar sea el mejor. Aunque fiches el mejor brazo, la mejor cabeza… no tienes el mejor profesional. Además Topo fichaba mucho, mucho, mucho magro. Había grandes creadores y programadores, pero era una cosa aislada, deshilvanada".

"Fíjate que Made in Spain apenas produjo juegos. Ten en cuenta que hay un Made in Spain con Paco Menéndez y otro sin Paco. Charlie Granados era, y es, un gran profesional, pero no tenía el brillo de Paco. Pero Made in Spain tenía un sello. Cuando trabajabas con ellos había carácter. En Topo no había carácter. No quiero ser peyorativo, pero era un producto industrial. Muy encomiable, pero no compararía ni de lejos. Topo era una gran productora, en el sentido más literal de la palabra. Producía juegos… y los cerraba. Pero no era nada. No estaba en el rango, ni de lejos, de Opera, que era la belleza en movimiento. Ni del brillo de colocar producto en el mercado que tenia Dinamic ni de la genialidad interna que tenían los juegos de Paco en Made in Spain".

Visto el cambio en la dirección de Topo, es hora de pasar a aquella tirada inicial de juegos que había dejado aparcada. La llegada de Nieto, pese a la ruptura que suponía con el trabajo de Cano, no alteró los planes de esa primera tanda, que ya se encontraba bastante encaminada, como recuerda el segundo.

"Ya estaban en marcha los primeros cinco títulos de esta etapa: *Mad Mix Game*, *Chicago's 30*, *Titanic*, *Colisevm* y *Black Beard*, y los equipos que se formaron entre programadores y grafistas para cada uno de los proyectos se compenetraban a las mil maravillas, por lo que Gabriel tampoco tuvo ocasión de modificar gran cosa en cuanto a la temática y la jugabilidad.

"Tanto es así, que al poco tiempo de comenzar su labor con el equipo oficial de Topo, y tras varios intentos por tener un control más directo sobre los proyectos, se dio cuenta de que cada uno de los grupos que desarrollaban los juegos eran prácticamente autosuficientes y se sentían responsables de cada proyecto, por lo que poco a poco fue dejándoles hacer su labor sin entrometerse demasiado, aunque de vez en cuando pedía algún cambio para justificar su posición de jefe".

Hay una cita de Cancho en la entrevista de El Mundo del Spectrum que refleja muy bien esta última sentencia de Cano acerca de los planes de Nieto por comenzar a hacer patente su presencia en Topo:

"Nieto quiso 'dejar su huella' en alguno de ellos. Los programadores más creativos y que tenían muy claro cómo querían sus proyectos, como Muñoz y Rafa Gómez, dejaron ver por su actitud que no estaban muy abiertos a ideas externas. No hizo falta un enfrentamiento para ello, sólo algo de labia para convencerle de que sus ideas eran redondas y, por tanto, difícilmente 'mejorables'". Resumiendo, porque la cita es bastante larga, a la par que interesante, Nieto echó el ojo en varios proyectos, siendo *Coliseum*, al que llegaré en su debido momento, el que sufrió mayores cambios.

De entre los títulos que vieron la luz en la primera mitad del año se colaron un gran número de juegos programados por programadores *freelance*. Topo lanzó del tirón alguna que otra exclusiva para MSX como *Ale Hop!*, una especie de plataformas de scroll lateral con reminiscencias de *Pac-Man*, por lo redondo de su protagonista, vamos, o *Temptations*, un *arcade* plataformero, o títulos que no vieron la luz en Amstrad pero sí en Spectrum y MSX como *El Mundo Perdido*, una videoaventura en la que un arqueólogo investiga una civilización desaparecida y que Topo importó a nuestro país[123].

Con el final de la primavera y la llegada del verano se iba a producir un desembarco de novedades que se quedó en agua de borrajas, ya que aunque se anunciaron varios juegos, ninguno salió hasta la segunda mitad del año. Quizá el que menor impacto ha tenido con el tiempo ha sido *Black Beard*, una videoaventura de visión cenital, un planteamiento poco habitual.

Ambientada en un barco pirata, cosechó buenas críticas tanto en Microhobby, donde ya era habitual, como en Inglaterra, con sendos 81 en Crash y Sinclair User. Si el título llegó a Inglaterra fue por una sencilla razón: Topo se alió con U.S. Gold para dar salida a la producción industrial que tenía en cartera, como explica Paco Pastor.

"Se escogió a U.S. Gold fundamentalmente por dos razones: por la extraordinaria relación personal que teníamos con su propietario, Geoff Brown, y porque tenían una muy buena penetración como distribuidores en toda Europa a través de Center Soft, distribuidora tambien propiedad de Geoff".

Lo más destacado de esta primera tanda de lanzamientos, entre principios de año y verano, fueron dos títulos que se colarían entre los más recordados de la firma: *Silent Shadow* y *Mad Mix Game*.

Silent Shadow, obra de otro programador ajeno a las oficinas de Topo, era un *arcade* de aviones que causó furor entre la muchachada. Y eso que el concepto era muy sencillo: un avión, cuatro fases, más enemigos que en la guerra y una dificultad muy española.

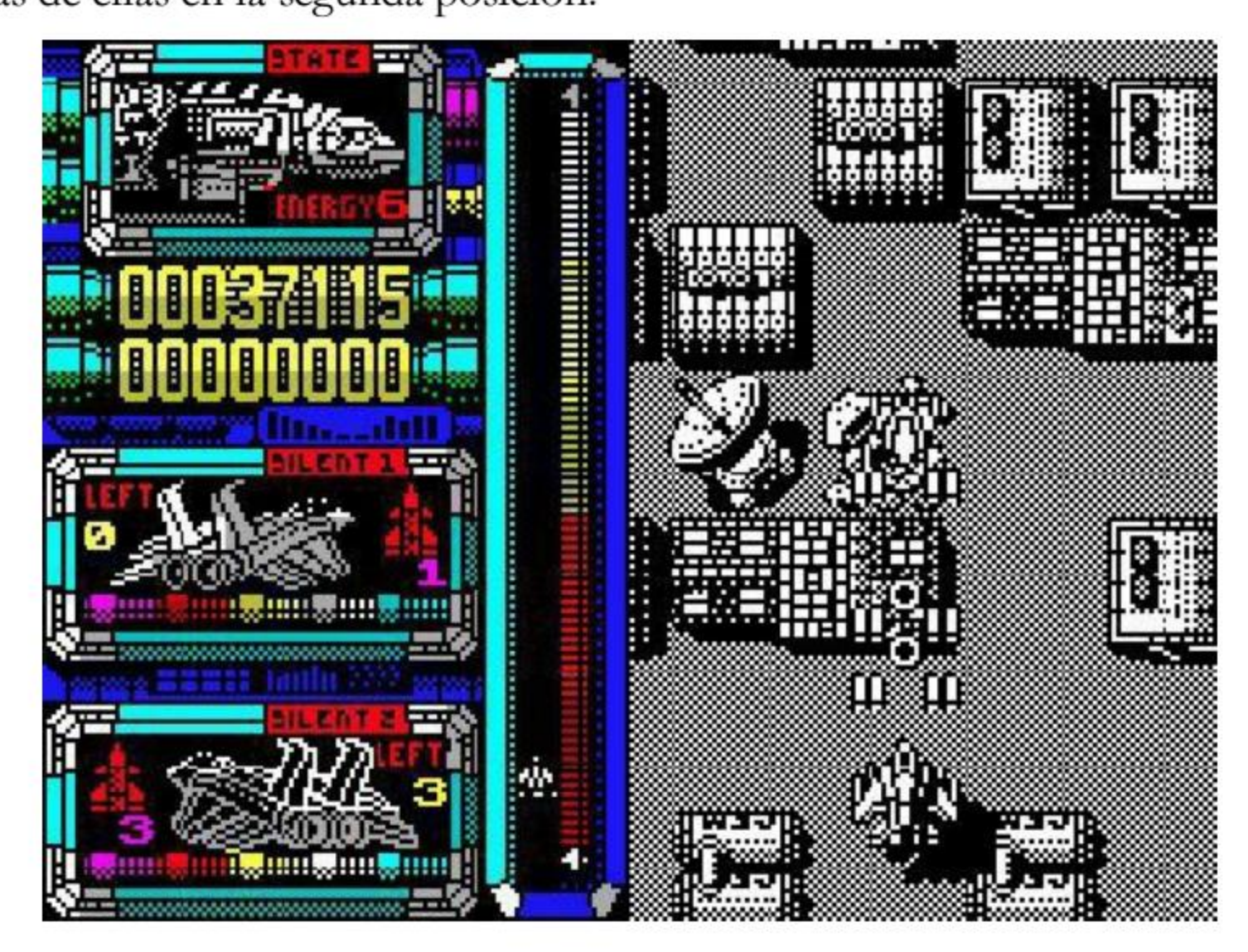
De nuevo, en la excelente entrevista a Cancho que circula por El mundo del Spectrum, el grafista aporta datos para entender cómo llegó el juego a Topo: "David López Guaita, alias '*Dalog*', tenía prácticamente terminado en Spectrum un *arcade* de aviones de caza para uno o dos jugadores que se asemejaba al popular *Aero Fighters* de las máquinas recreativas en cuanto a su perspectiva cenital, su *scroll* vertical y su desarrollo en general, pero sin la menor intención de ser un clon (como había pasado en el caso *Desperado / Gun Smoke*). Más bien al contrario, había introducido una buena cantidad de elementos originales".

"Lo que más llamaba la atención al verlo era, sin duda, el colorido panel de los marcadores, la infernal rapidez y suavidad del *scroll* y la impactante forma en que comenzaba cada fase del juego, con los dos cazas saliendo de una gigantesca nave nodriza cuyo diseño era un curioso cruce entre la nave insignia de la serie *Galactica* y el *Alien* de H.R.Giger, lo que era un original tributo a estos dos hitos de la ciencia-ficción.

"A todos aquellos que lo vimos nos dejó con la boca abierta, pues era imposible dejar de reconocer la gran profesionalidad de su autor en su ópera prima. David se había pasado también por Dinamic que se mostró lógicamente interesada (ignoro si hizo lo mismo con Opera) pero, nada más verlo, Javier Cano

decidió que no importaba cuánto costara, el juego debía de ser de Topo, y se aseguró de ofrecer una cantidad que no fuera capaz de sobrepujar ninguna otra compañía de la competencia. Le ofreció además la ayuda del resto del personal del estudio para terminarlo (aunque en realidad no podía contar más que conmigo y con Pepe Lazo, además de con 'Gominolas' para la música), garantizarle que Azpiri se encargaría de la portada y que se harían las versiones para Amstrad, MSX y Commodore 64, todo lo cual contribuyó para que David firmara con Topo".

El *hit* fue inmediato, con una de las mejores ilustraciones de Azpiri durante los 8 bits, unas notas de escándalo en Microhobby[124], portada incluida, y varias semanas en la lista de los más vendidos[125], repitiendo en varias de ellas en la segunda posición.



Silent Shadow hacía gala de un *scroll* espectacular para un juego de 8 bits.

Si *Silent Shadow* fue el pelotazo dentro de nuestras fronteras, *Mad Mix Game* iba a serlo en el extranjero. El título fue una idea original de Rafa Gómez que, maravillado por el clásico *Pac-Man*, decidió hacer una versión a su manera.

"Tenía esa idea de cuando hice *Survivor*. Siempre me habían gustado mucho los *arcade* clásicos, más que las grandes aventuras épicas. Quería actualizarlo y hacerlo simpático. Lo presenté a Paco Pastor y le encantó. El tío flipaba cuando le contaba la idea. Siempre que me veía me decía:

— "¡Mi programador favorito![126]", ríe Gómez.

"A Paco le encantó la idea e hicimos el juego. Es el que recuerdo con más cariño. Lo hice muy a gusto, empezaba a trabajar, tuve mucha libertad, me vine a Madrid. Y funcionó muy bien".

Esta última frase no es, para nada, gratuita. Curiosamente, en España no tuvo un gran recorrido por las listas de ventas, apareció cuatro semanas entre los más vendidos, pero en el resto de Europa fue un pelotazo gracias a una sociedad que ERBE fraguó con Pepsi para organizar un concurso[127].

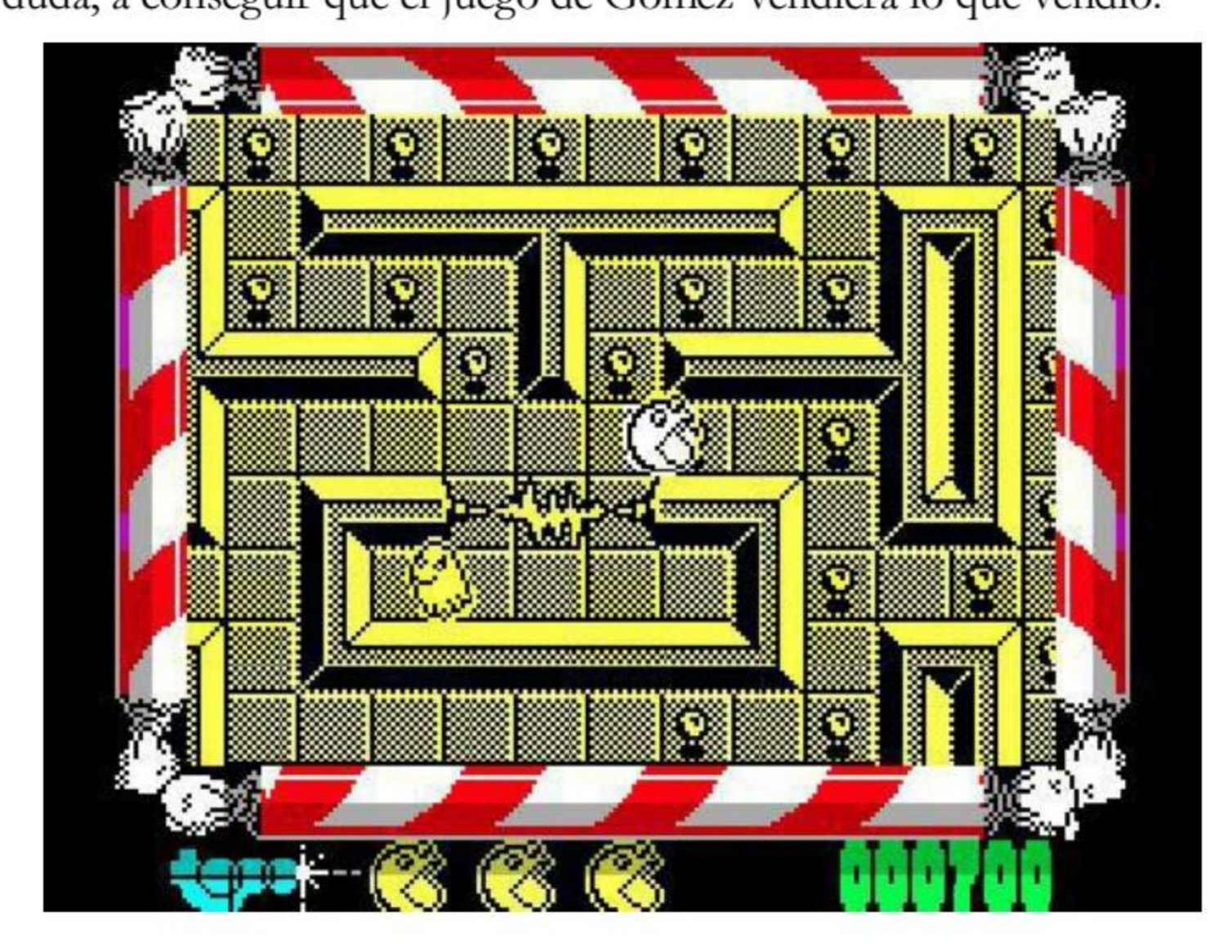
"Se vendió de puta madre. Una burrada. Se hizo un concurso donde se regalaba un Porsche o un Ferrari. ¡Coño, que me lo hubieran dado a mí!", bromea.

El juego se renombró ligeramente en Inglaterra, *Mad Mix Game: The Pepsi Challenge*. También varió ligeramente su aspecto gráfico, un logo de Pepsi por aquí, otro por allá, para adecuarlo al patrocinador de turno. Pero el mayor cambio que sufrió fue en las carnes de su protagonista, que pasó de ser una bola a ser una bola… con dos piernas. También desapareció del mapa la primera fase del juego por parecerse demasiado a la del comecocos.

El hecho no fue un capricho, sino que U.S. Gold, distribuidora de Topo en el extranjero, se cubrió las espaldas para evitar problemas legales. "Fue una imposición, no querían tener ningún conflicto con Namco. Hicimos varias versiones, la cabeza de un mono comiéndose los cocos fue mi apuesta, pero en U.S. Gold prefirieron al *Mad* con patuchas", recuerda Gómez. He hablado ya de unos cuantos títulos españoles a los que podrían calificar tranquilamente de plagios, pero *Mad Mix Game* no fue uno de ellos.

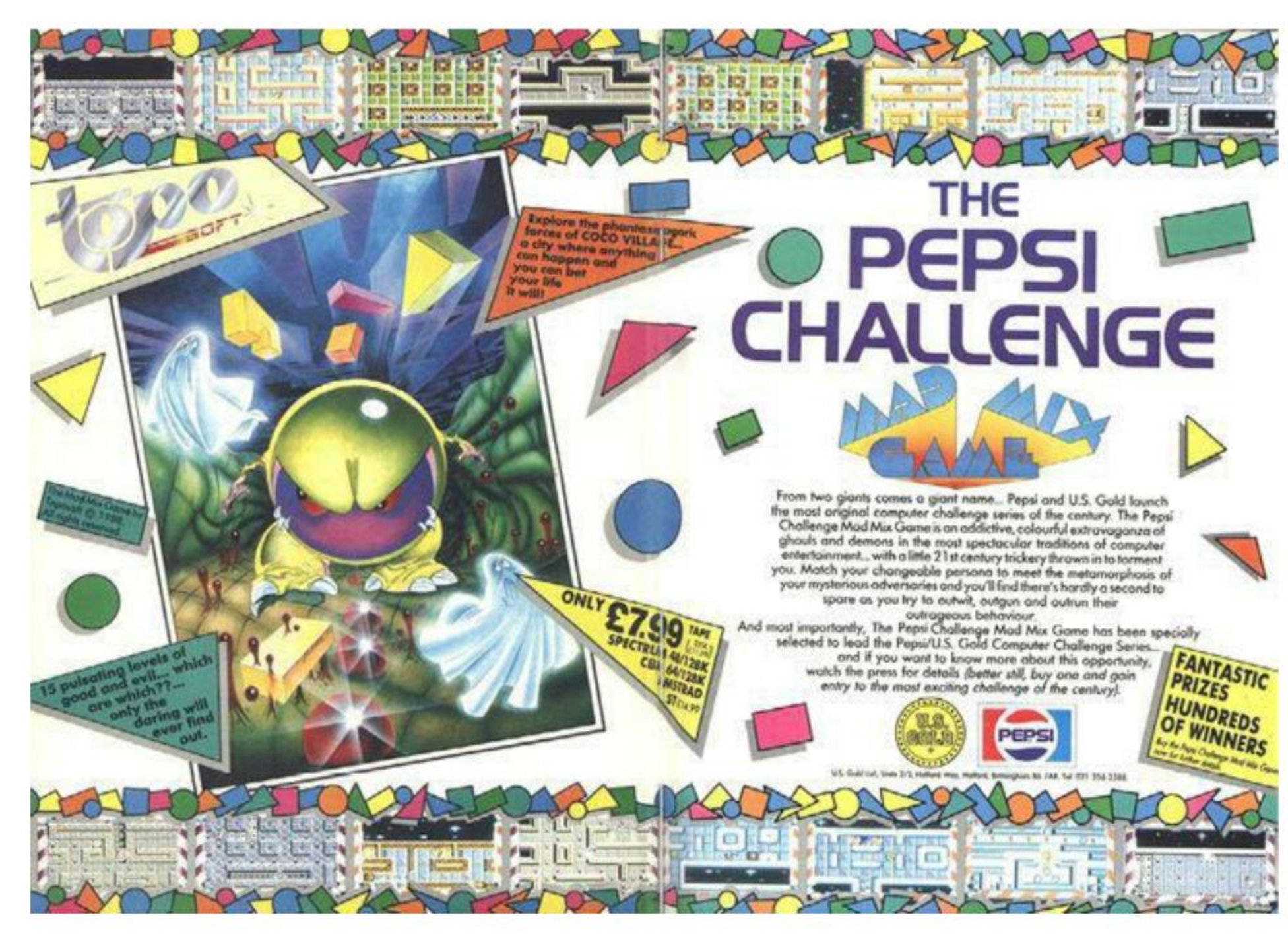
Al revés, en el título de Gómez la palabra homenaje adquiere todo su sentido ya que el andaluz, con la idea del original en mente, supo sacarse de la manga un juego distinto con aroma al original.

Sí, cierto, la primera fase era un calco al *Pac-Man* de toda la vida. Pero ahí terminaba el plagio. A partir de la segunda, el juego adquiría personalidad propia con *power ups* diversos que nos permitían convertirnos en, por ejemplo, un hipopótamo, un tanque o un caza: "Sólo era el primer nivel. Claro que es un comecocos. Pero los siguientes eran totalmente novedosos. Que sí, que el personajillo era igual, aunque para las versiones inglesas tuvimos que cambiarlo". Y este hecho lo supieron ver los críticos ingleses que, salvo la excepción de turno que lo puso por los suelos, le dieron unas notas excelentes[128] que ayudaron, sin duda, a conseguir que el juego de Gómez vendiera lo que vendió.



La primera pantalla de *Mad Mix Game* era un plagio descarado de *Pac-Man*. A partir de la segunda fase, el juego tenía personalidad propia.

Unas cifras que podrían haber sido mareantes si el juego se hubiera incluido de regalo con cierta consola portátil japonesa, una historia que confirma Gómez y que habría supuesto colocar la obra del andaluz en el *hall of fame* del videojuego mundial: "Se negoció con Nintendo para que se comercializara con la Game Boy. Habría sido el pelotazo de mi vida, porque se vendieron millones y millones de consolas. Pero era un comecocos demasiado descarado".



Publicidad de *Mad Mix Game* junto a Pepsi, que provocó un subidón de ventas en el extranjero.

El éxito de *Mad Mix* no le cambió la vida a Gómez, que ya estaba en plantilla, a diferencia de lo ocurrido con *Survivor*, con el que el programador había visto unos cuantiosos *royalties* por cada copia vendida. Pero cuando comenta el tema no se le nota ninguna mueca de arrepentimiento, puesto que si algo tenía Topo eran unos trabajadores viviendo a cuerpo de rey.

"Nos pagaban 150.000 al mes, que era un sueldazo. El resto del personal de ERBE nos miraba… Veníamos vestidos un poco raros, como programadores, como una secta. Hubo gente que lo primero que hacía era comprarse una moto tremenda".

— "Pero tío, ¡si tú no sabes ni montar en bicicleta!"

"Y llegaba con una ZXR de 600 cc. Claro, la moto duró dos días, los que tardó en estamparse –ríe–. Éramos como los nuevos ricos y yo para eso era un poco provinciano, no tenía grandes lujos".

José Manuel Muñoz también recuerda que con la ampliación de plantilla, el equipo de Topo aumentó su nivel de vida: "Nos pagaban un sueldo muy alto para la época, cosa que hay que agradecerle a Pastor. Nadábamos en dinero. Me compré por puro capricho un sintetizador, el Roland D 50. No tenía ni idea, tocaba con un amigo que era un músico profesional de la hostia que tenía uno mucho más pobre. Yo no sabía que aquello no estaba bien, me compré un 'sinte' para jugar y él, que era profesional, tenía uno mucho peor. Una injusticia total. Fue una época fantástica con gente que conectamos muy bien, hacíamos fiestas de continuo sin excusas en particular".

Por si no tuvieran suficiente con un sueldo muy elevado para finales de los ochenta, ERBE aún buscó otra vía para motivar a sus trabajadores para conseguir el objetivo marcado a principio de año y lograr

esos dos lanzamientos por cada programador.

"Pastor lo planteó como un negocio, muy lucrativo además, porque nos hizo un contrato en el que nos obligaba a sacar dos juegos al año con sus correspondientes versiones para las tres plataformas, Spectrum, Amstrad y MSX –explica Gómez–. También nos daba un incentivo si conseguíamos el objetivo que era una pasta, medio millón de pesetas".

Con ese incentivo en la cabeza, Gómez se destapó como el programador con más facilidad para tener a punto sus proyectos. Tanto, que acabó su segundo juego del año, *Rock 'n Roller*, en un tiempo récord y pudo hacer de jugador de equipo echando un cable a quien necesitara ayuda para completar los títulos a tiempo y llevarse el preciado botín.

"Después del *Mad Mix* veía que el resto del equipo no iba a conseguir el objetivo. Así que me comprometí a tener el próximo juego incluso antes del fin del plazo, porque querían sacarlo no sé si en septiembre o octubre. En lugar de un año, tenía que hacer ese mismo objetivo en nueve meses. Lo hice a cambio de que me aseguraran mi incentivo, porque contaban con que el resto no lo conseguiría. Lo aprobaron e hice el *Mad Mix* y el *Rock 'n Roller* prácticamente en seis meses".

De brazos cruzados al acabar su segundo juego para Topo, Gómez decidió echar una mano a sus compañeros para que todos se hicieran con aquel medio millón: "Había gente que iba con mucho retraso con sus proyectos y les costaba incluso hacer las versiones. Los últimos tres meses del año me dediqué a ayudarles a sacar sus juegos y las versiones. Y lo conseguimos. Con la alegría por parte de mis compañeros que se ganaron su incentivo y me regalaron un reproductor de compact disc, que lo tuve hasta hace poco. Pero claro, también con la desagradable sorpresa por parte de la dirección porque contaban con que el resto del equipo no iba a ganarlo".

Cancho me explicó en su momento que las cifras no eran iguales para todos aunque estaban en una horquilla entre las trescientas y las quinientas mil pesetas: "No todos cobramos la misma cantidad. En mi caso fueron exactamente 300.000 pesetas. Las cobré en diciembre junto a la nómina y la paga extra y junté nada menos que 600.000 pesetas en un solo mes. Nada, nada mal. Creo recordar que un litro de gasolina costaba por entonces unos cinco duros [veinticinco pesetas], más o menos. Echa cuentas de lo que significaban esas cantidades".

Topo llegó a final de año con una cartera de juegos digna de un estudio potente europeo. Llámale falta de previsión, pero entre septiembre, octubre y noviembre se sucedieron la gran mayoría de lanzamientos. A los tres últimos comentados, *Black Beard*, *Mad Mix Game* y *Silent Shadow*, se unieron hasta seis más, incluido el juego español más vendido en la historia de los 8 bits.

Pero antes de pasar con *Emilio Butragueño*, vamos con los menos agraciados. *Chicago's 30*, *Titanic* y *Coliseum* formaron parte de uno de esos movimientos que tanto le gustaban a Paco Pastor y que este tomaba prestados de la industria discográfica. Ante un mercado acostumbrado a lanzar novedades por separado para luego venderlas juntas cuando los juegos perdían su valor, Pastor decidió girar las tornas y lanzar varias novedades en un mismo paquete, como si de un disco se tratase, para vender luego los juegos por separado, haciendo una analogía con los *singles* que se publican de cada elepé: así se forjó el pack ERBE '88.

Topo utilizó tres de sus juegos para ese primer lanzamiento junto a uno de los bombazos de Ocean del 88, *Operation Wolf*, y un juego de línea barata procedente de Inglaterra, *Psycho Pig*. Los motivos por los que se incluyeron esos tres títulos los desvela Cancho, esta vez en Computer Emuzone[129].

"Por circunstancias internas de Topo, Gabriel había decidido que los juegos realizados por el personal por el que sentía menos simpatía serían considerados 'de segunda categoría', lo que los ingleses llamaban

budget. ERBE, sin embargo, no estaba dispuesta a crear tal línea barata, no en vano era la época de los juegos originales a 875 pesetas. […] La solución: acompañar el lanzamiento del esperado *Operation Wolf* de las máquinas recreativas con el *Chicago's 30*, el *Coliseum* y el *Titanic* de comparsas (no es coña) y un auténtico *budget* británico, el *Psycho Pig*. Gabriel consideraba estos tres juegos de Topo tan malos, que no tendrían éxito de ventas si se vendían individualmente, así que se los colgó al lanzamiento de un título de renombre internacional para ver si colaban".

Chicago's 30 fue obra de José Manuel Muñoz –"que siempre tenía en la cabeza un 'videojuego perfecto' para el cual, obviamente, aún no se había inventado el *hardware* necesario", recuerda Cancho– y era un *arcade* que homenajeaba claramente a *Los Intocables de Elliot Ness*. El título, que se jugaba como si el usuario estuviera en una sala de cine, nos ponía en la piel de Elliot, un policía que a lo largo de cuatro escenarios se enfrentaba al crimen organizado.

Titanic fue obra de Emilio Martínez y Cancho y en él nos zambullíamos, figuradamente, con un buceador bajo las aguas del Atlántico para dar con el famoso barco en una videoaventura en la que debíamos llegar hasta la nave hundida y encontrar una caja fuerte.

El último juego de los que aparecieron en el pack, *Coliseum*, era un juego de carreras de cuadrigas. Fue un proyecto en el que Cancho jugó un papel importante y en el que Nieto "dejó huella", como le gusta decir el grafista en la entrevista que hizo con del Vas: "Había sido concebido a finales de 1987, bajo el nombre provisional de *SPQR*. […] El primer dibujo de lo que sería *Coliseum* mostraba como sería un juego con la perspectiva en curva, algo nunca visto, y que gustó mucho. […] La idea original consistiría en hacer un *arcade* frenético, que no abandonaría ni un momento la perspectiva en curva y en el que el objetivo fuera terminar el primero la carrera, permitiendo todo tipo de juego sucio y sorteando todos los obstáculos.

"Cuando Gabriel llegó a Topo, ya nos habíamos puesto manos a la obra, centrándonos en poner en movimiento aquella curiosa vista del *scroll* en curva, con un resultado visualmente satisfactorio. Cuando Gabriel vio una prueba en marcha le gustó, porque era muy original, pero al cabo de ver varios días seguidos lo mismo debió pensar que el juego sería muy monótono si era así todo el rato, y exigió que se le pusieran al hipódromo virtual tramos rectos, con un *scroll* lateral más común. Es decir, se empeñó en que el juego debía de alternar una parte de *scroll* horizontal corriente y la parte de las curvas. Yo no recibí muy bien su propuesta: precisamente se quería cargar lo más novedoso del juego y más impactante desde el punto visual, y convertirlo en una variante más del típico *arcade*".

Personalmente, aunque entiendo la frustración de Cancho, el resultado final de *Coliseum* me parece más que satisfactorio, con esa alternancia de rectas y curvas que se asemeja más al circo en el que se realizaban estas carreras.

Ligeramente más tarde de esta *troika*, salieron a la venta *Wells & Fargo* y *Rock 'n Roller*. El primero volvió a surgir del equipo formado por Emilio Martínez y Ricardo Cancho y era un *arcade* ambientado en el oeste americano en el que tomábamos los mandos de un carro de caballos en ruta por el *far west*. El juego, además de lucir muy bien gráficamente, tenía una idea muy original que convertía el juego en una pesadilla si se jugaba solo: estaba pensado para que una persona llevara las riendas del carro y otra se encargara de limpiar el camino de enemigos.

Wells & Fargo supuso el último trabajo de Emilio Martínez como trabajador de Topo. Ante la llegada de Nieto y la consecuente desmotivación, el pionero del grupo decidió cumplir con sus obligaciones, lograr el incentivo prometido, y buscarse las habichuelas[130].

Por último, me queda por hablar del segundo título de Rafa Gómez, ese que hizo de manera *express*

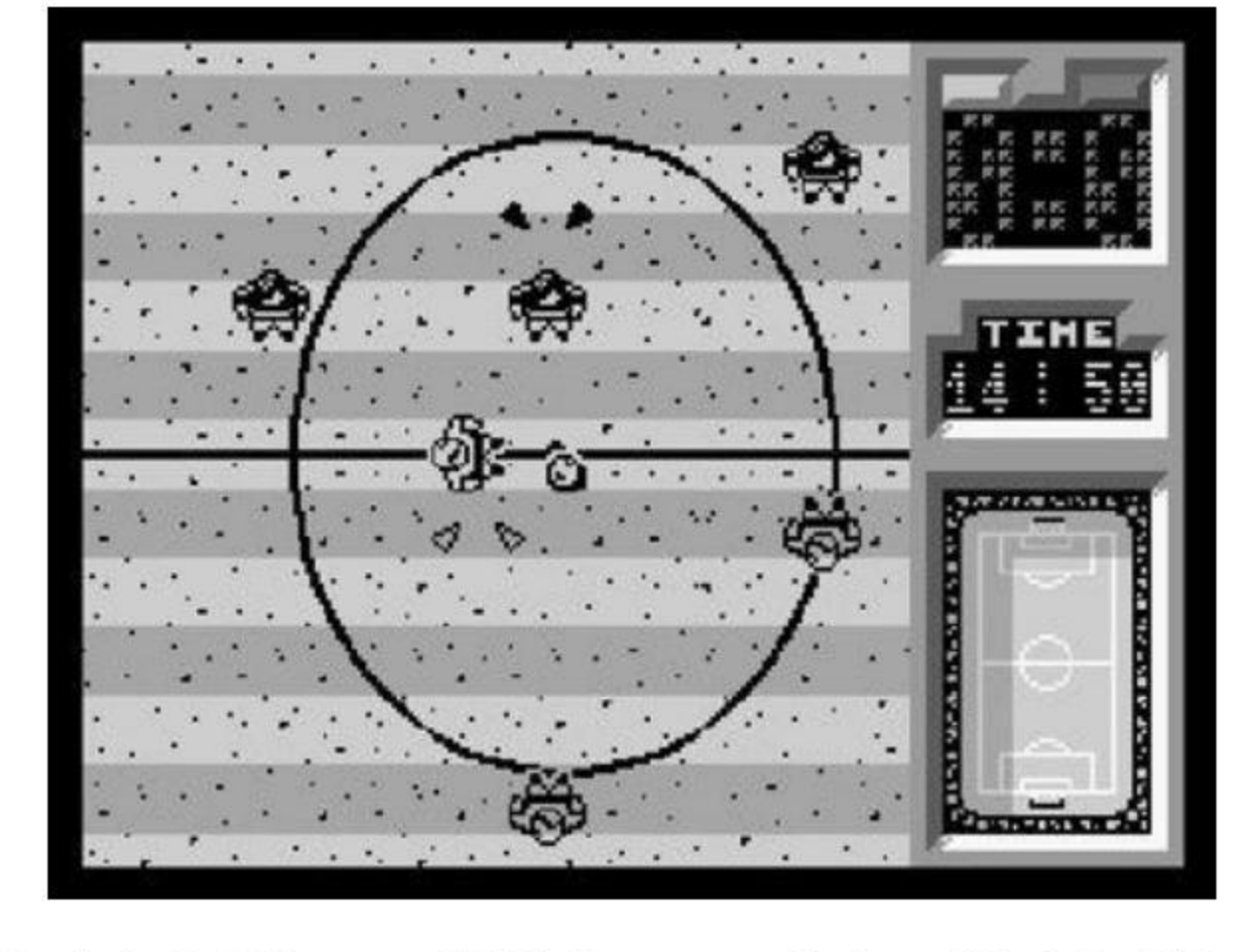
para asegurarse su incentivo y comenzar a echar una mano al resto del equipo: *Rock 'n Roller*. "Había proyectos que me tomaba como un encargo, como *Rock 'n Roller*", recuerda el programador que, por lo menos, tuvo la suficiente libertad para evitar injerencias externas.

"Mis ideas funcionaban. Gabriel Nieto no influía demasiado, me tenía un poco al margen. Nunca llegué a discutir con él por un proyecto. Yo los planteaba y se los presentaba a Paco Pastor. En la época de Nieto, como era el único que no estaba visceralmente en contra de él, me respetaba un poco la idea".

— "Sí, sí, venga, tú hazlo".

"Era un modo de no tener más conflictos. Con todos los proyectos de encargo mi planteamiento era sacar el juego a tiempo".

Y, una vez más, Gómez lo consiguió y parió otro homenaje, esta vez a *X Rally*, un *arcade* de Namco que venía a ser la traducción de *Pac-Man* en formato carreras de coches. Vamos, que tenías que recorrer un circuito cerrado mientras recogías varias piezas para poder pasar de nivel.



Detalle de *Emilio Butragueño Fútbol*, el juego español más vendido de los 8 bits.

He dejado para el final la que fue la joya de la corona de Topo en ese 88: *Emilio Butragueño Fútbol*. Quizá no fue el mejor técnicamente, un honor que dejamos para *Mad Mix* o *Silent Shadow*, ni el que obtuvo las mejores notas, Microhobby lo puntuó ligeramente por debajo del ocho, pero tiene el honor de ser el juego español de 8 bits que más vendió en nuestro país, que se dice pronto.

La historia de *Emilio Butragueño* tiene, además, mucha miga. Planteado como el primer juego de deportes basado en una licencia del estudio, el título lo tenía todo para triunfar. Tirando de la chequera de ERBE, Topo consiguió arrebatar el fichaje de Butragueño a Dinamic, con el que los Ruiz tenían un primer acuerdo verbal pero que nunca llegó a plasmarse sobre papel.

"Teníamos el acuerdo con Butragueño. Él no hizo nada mal, simplemente llegó ERBE, ofreció más y firmó. No puedo decir que Butragueño tuviera un acuerdo con nosotros que rompió porque estábamos hablando con él y estaba casi hecho porque teníamos currículum. Nuestra historia con Topo era esa, siempre perdíamos las batallas", recuerda Pablo Ruiz.

Víctor certifica que ese acuerdo, en todo caso, no era vinculante: "No había firmado nada con

nosotros, era todo de palabra".

Emilio Butragueño posa junto a Gabriel Nieto, responsable de Topo a partir del 88, al firmar el acuerdo con el futbolista.

Que Butragueño se decantara por ERBE fue una decisión lógica cuando se miran las cifras de cada bando. Aunque expresamente tanto los Ruiz como Pastor me pidieron que no se hicieran públicas, la cifra de Pastor superaba en diez veces la ofrecida por Dinamic.

Volviendo al juego, como decía, su concepción tiene miga. La historia comenzó poco después de que Cano fuera relegado a los desarrollos externos, momento en el que éste decidió poner en marcha por su cuenta un juego de fútbol y venderlo a ERBE, un movimiento que llevó en secreto a espaldas de la misma distribuidora y que gracias a los testimonios de los implicados que he recopilado, algunos de los cuales prefieren no revelar su identidad, ha salido a la luz. Cancho aporta los primeros detalles:

"Fue un proyecto que Javier llevó en el más absoluto de los secretos. Habría en toda la oficina a lo sumo tres personas más que estuvieran al corriente, ninguna de las cuales era yo. El motivo era debido a las negociaciones con los representantes del jugador, obligatoriamente discretas para evitar filtraciones a la prensa y a la competencia. Pero otra importantísima razón era que Javier Cano había creado a espaldas de ERBE una empresa propia, Animagic, como su plataforma de desarrollo de videojuegos en reacción a su injusta sustitución al frente de Topo. Captó como autores materiales del juego en sus versiones para máquinas con Z80 (Spectrum, Amstrad, MSX) a personas que ya tenían compromisos laborales adquiridos [en Topo], y no deseaban en absoluto que fueran descubiertos por sus pagadores habituales".

Afortunadamente, de todas las entrevistas de este libro, pude dar con uno de los responsables del asunto. Ni más ni menos que Rafa Gómez, que además de sus dos juegos y de haber ayudado en el desarrollo de otros, sacó tiempo de debajo de las piedras para programar un juego de fútbol para ese nuevo estudio que Cano había fundado.

"Hice juegos para Animagic, pero nadie lo sabe. ¡Te lo voy a contar en exclusiva![131] –bromea–. En aquella época compartía piso con Cano. Se acababa de divorciar, él tenía una casa y nos llevábamos muy bien. Y, efectivamente, también me parecía una putada lo que le habían hecho. Él creó ese estudio y mi idea era dejar Topo y ponerme con Animagic, pero no tenían un duro".

"¿Y qué hicimos? El juego que lo petaba todo era el *Tehkan World Cup*, un juego de fútbol, el FIFA de la época. Hice una copia tal cual, directa. No sé de fútbol pero sí sabía programar y era rápido y eficiente. Lo hice en tres o cuatro meses, tiempo récord, al salir de Topo. En aquella época estaba haciendo el *Rock 'n Roller* por la mañana y por la noche programaba el *Emilio Butragueño*. Nos enteramos de que ERBE estaba a punto de fichar al jugador y dijimos, esta es nuestra oportunidad: acabamos el juego y se lo vendemos".

Durante las negociaciones con Butragueño, ERBE había llegado a un acuerdo con U.S. Gold para que esta hiciera un título al que el Buitre pondría su imagen. Vamos, la idea era que ERBE y Topo solo pusieran la cara y la chequera en toda aquella operación, hasta que el juego que estaba creando Animagic llegó a Pastor.

"Nuestro juego ya estaba casi acabado. Nos trajeron el de U.S. Gold para valorarlo. Y era una mierda… –ríe– Así que acabamos de hacer nuestra versión del *World Cup* de puta madre, cogimos a un jugador y lo pusimos rubio, como Emilio Butragueño, porque en el de U.S. Gold todos los personajillos eran iguales. Lo personalizamos y cuando lo vio, Paco Pastor dijo que el nuestro era el juego de Emilio Butragueño. Tiraron el otro juego a la basura, porque era una basura, y publicaron el nuestro. No sé si pagaron ocho millones de pesetas o así, una pasta. Y esa fue la inversión inicial con la que empezó a funcionar el estudio".

Al equipo de Animagic se sumó Emilio Martínez, una vez salido de Topo. En sus horas de ocio, como Gómez, se reunía en el piso de Cano para acabar el título a tiempo. "El juego lo hicimos en nuestro tiempo libre. Cuando salía, nos reuníamos en casa de Cano, que tenía una mesa grandísima donde estaban todos los ordenadores. Ahí nos liábamos a programar".

El juego era precisamente lo que ha contado Gómez, una actualización del *World Cup* de Tehkan personalizado para que el Buitre apareciera en pantalla. La campaña de publicidad estuvo a la altura de los grandes lanzamientos de Topo, que además se cuidó de vestir de rojo a Butragueño en la portada para no pagar derechos de imagen al Real Madrid.

A su salida, el título fue un bombazo instantáneo. Estuvo tantas y tantas semanas en la lista de los más vendidos, que Microhobby se hizo eco de su llegada a las 50.000 copias vendidas cuando tan sólo llevaba poco más de tres meses en el mercado[132] y de nuevo tuvo que dedicarle un espacio, año y medio después, cuando rompió la barrera de las 100.000 unidades[133][134].

Microhobby tituló la *review* de *Emilio Butragueño*: "Un gol de bandera". Y eso fue, precisamente, lo que hizo Animagic con Topo, un golazo por toda la escuadra que le sirvió para echar a andar de manera independiente[135]. El estudio fundado por Javier Cano fue recogiendo a otros miembros de Topo (Emilio Martínez, Ricardo Cancho) según salían de la filial de ERBE[136].

Cano se colocó al frente de Animagic y abandonó Topo. Una decisión que ponía punto final a su estancia en ERBE y en el estudio, donde jugaba un papel secundario desde la llegada de Nieto: "Soporté esa humillante situación unos meses hasta que, a primeros de diciembre de 1988, tras llegar a un acuerdo económico con la empresa, abandoné Topo con el corazón roto y un millón de ilusiones esparcidas por el camino".

116. http://elmundodelspectrum.com/contenido.php?id=108&d=Entrevista-a-Ricardo-Cancho-(1) -"En-la-edad-de-Oro"

117. Javier Cano aporta algo de luz sobre ese *hardware*: "Se llamaba PDS (Program Developer System). No recuerdo el nombre de la casa desarrolladora, pero no era conocida. Supongo que sería un sistema parecido al de Opera, ya que consistía en una tarjeta que se insertaba dentro de un PC y a cuyo slot trasero se podía conectar cualquiera de los ordenadores basados en Z80 (Spectrum, Amstrad o MSX), que

llevaban cada uno una tarjeta de comunicaciones diferente. Este sistema se completaba con un ensamblador bastante bueno y así programabas el código desde el PC (incluso se almacenaban en él los gráficos) y a la hora de compilar se volcaba todo a la memoria del ordenador pequeño y se podía probar y depurar, todo ello con un control total desde el PC. Incluso se podía ejecutar el programa instrucción a instrucción, lo cual ayudaba muchísimo para encontrar errores en el código, y en todo momento veías desde el PC el estado interno de la memoria del ordenador pequeño y los registros del microprocesador".

118. No está de más recordar que pese a las cifras que se movían en ese momento y al grado de profesionalización que había en Topo, la media de edad era muy baja y se situaba entre los dieciocho y los veintidos años. El más joven de todos, Potenciano, necesitó de un permiso paterno para poder entrar en plantilla ya que contaba con diecisiete primaveras.

119. "Un piso en la calle Mauricio Legendre", recuerda Cancho.

120. Pastor es el primero que, más o menos, confirma la famosa frase. "Puede ser que lo dijera porque necesitaba eso, a alguien que coordinara y pusiera orden en una bohemia y una vida un tanto… Pues eso, que ahora llego a las tres de la tarde, y hoy no voy y mañana… Lo que es, o era, la vida de un programador, un poco un artista. Javi era una extraordinaria persona y claro, en el fondo no coordinaba, no tenía el empuje ni la fuerza de decir, 'oye, tú, tienes que terminar esto para tal fecha'. Sí que pudo ser la frase perfectamente, necesitaba un cabronazo que pusiera orden", bromea.

121. Este último punto no es un problema de por sí. Es habitual encontrar creativos de videojuegos de la actualidad que no tienen formación como programadores.

122. Cancho remarca que el cambio en su situación no hundió a Cano a nivel laboral sino que le ayudó a redirigir sus esfuerzos para demostrar a la empresa que tenía talento de sobra para dirigir grupos, aunque fueran de colaboradores: "Javier siempre fue un filtro respecto de la selección de los trabajos, era parte de su cometido, pero desde entonces dejó de revisar en cantidad y se centró exclusivamente en la calidad, no sólo para aumentar los beneficios de ERBE sino para rivalizar directamente con Gabriel Nieto en una mini-guerra fría interna que era más que evidente. Esa fractura entre Cano y Nieto no era sólo por aquella traición, Javier no se hundió moralmente tras su degradación sino al contrario, reaccionó y realizó una labor brillante que se vio traducida en beneficios económicos".

123. Aparecida un año antes en la Your Sinclair inglesa como *People from Sirius*, el estudio la adaptó (carátula de Azpiri, música de 'Gominolas') para venderla en España.

124. "Los pájaros de la muerte". Microhobby, n. 173, p. 33 y 40.

125. El juego, como *Black Beard* y *Mad Mix Game* no apareció en las listas hasta principios de septiembre. Pese al anuncio en las páginas de las revistas en la campaña estival, todos se retrasaron a la segunda mitad del año.

126. El programador se extiende en la relación con Pastor: "Siempre contaba chistes muy malos, pero era muy majete. Además, mi madre le tenía devoción porque era el cantante de Fórmula V y había estado en mi casa, ¡comiendo! –ríe–. Todavía me llama mi madre cuando aparece en televisión: 'Niño, ¡que está Paco Pastor en la tele!'".

127. "El desarrollo de esta competición aún está por perfilar, pero parece que Pepsi está dispuesta a organizar una competición gigantesca que tendrá lugar en cientos de supermercados y otros puntos de venta. Microhobby, n. 177, p. 5.

128. Crash le otorgó un 85% y Sinclair User un 74 destacando que era una "excelente" revisión de *Pac-Man*.

129. http://computeremuzone.com/ficha.php?id=824&pg=develop#menu

130. Martínez: "A finales del 88 me ofrecieron trabajo en una empresa en Pinto que se dedicaba a servosistemas y me daban un pastón al mes más un 0,5% de facturación de la empresa. Un pastón. Me fui a finales de noviembre".

131. José Manuel Fernández me explicó en su momento que él había descubierto la autoría de Animagic. ¿Cómo? "Por puro azar, pulsé una serie de teclas -creo que era C, P y U- y apareció escrito en medio la pantalla Animagic".

132. "Emilio Butragueño recibió una casete de oro". En el texto, se habla de la cifra récord y se citan "las casi 100.000 unidades" vendidas por *Fernando Martín* entre todas sus versiones como techo, hasta ese momento, del *software* español. Microhobby, n. 183, p. 4.

133. "Emilio Butragueño Fútbol alcanza las 100.000 copias". Microhobby, n. 198, p. 4.

134. Para hacernos una idea de lo que suponen esas cifras, no está de más compararlas con las del último megatón de la industria del videojuego en nuestro país: *Modern Warfare 3*. Según fuentes de la industria consultadas por el autor, desde noviembre de 2011 a junio de 2012, el título de Activision había vendido cerca de 450.000 copias entre PS3 y Xbox 360. Si comparamos el momento histórico y el parque de microordenadores en los ochenta y de consolas a principios de la segunda década del siglo XXI, la cifra de ventas de *Emilio Butragueño* es asombrosa se mire por donde se mire.

135. Animagic se dedicó principalmente a hacer conversiones para otras máquinas. Entre sus pocos títulos originales destaca *Mortadelo y Filemón 2*, programado por Rafa Gómez, que se encargó también de parte de las conversiones que he citado. Otros juegos que parió el estudio fueron *Bronx* o *Cyberbig*.

136. Cancho aporta un nuevo dato para ilustrar el apego que tenía el equipo de Topo a Cano y que desembocó en ese desembarco en Animagic: "La extrema polarización 'integrantes de Topo vs dirección de Erbe' queda perfectamente escenificada cuando muchos de nosotros pasamos a Animagic en cuanto se marchó Javier. A Javier le despidieron sin ningún ruido. Tras el éxito para Animagic del *Emilio Butragueño Fútbol*, Cano hizo cuentas y le convenía que le echaran. Tenía manos libres para su nueva empresa, se desligaba de ERBE, apostaría después por Dro, y recibía una jugosa indemnización con la que añadir capital a su estudio. Así que puso las cosas de tal forma que ERBE pensó que *también* le convenía la salida de Javier: decapitación definitiva de su liderazgo en el grupo, aunque entonces sólo fuera moral, y reinado absoluto de Gabriel, cierre de la sección de *freelancers*, mayor control interno de la plantilla creativa y reducción de costes, ya que Cano cobraba como un directivo más".

Si se me permite la licencia, el 88 fue al videojuego español lo que los años veinte del siglo pasado a la economía mundial. La maquinaria productiva había entrado en una fase de expansión tal que todos los estudios, grandes y pequeños, lanzaban títulos a diestro y siniestro. Lo que antes se reducía a un puñado de estrenos anuales se había convertido en un filón que permitía sacar más de una decena, ¡una decena!, de juegos al año.

Dinamic no fue ajena a esta situación si tenemos en cuenta que llegó al 88 con la inercia de haber lanzado todas las versiones de *Fernando Martín* a finales del año anterior y de haber puesto el cacito para recolectar los ingresos equivalentes a las más de 50.000 copias vendidas del simulador de baloncesto.

El año comenzó con dos apuestas de estudios externos: *Turbo Girl* y *Hundra*. Lanzados en primavera , del primero lo que más se recuerda es, una vez más, su campaña de publicidad y portada de Luis Royo, que comenzaba a darle a Dinamic una personalidad diferente a la que en su día le otorgara Azpiri. No en vano, el primero fue la imagen que escogió Micromanía para lanzar el número uno de su segunda época, una revista que si por algo se hizo famosa fue por incorporar el formato sábana al periodismo de videojuegos.

Programado por Gamesoft, un grupo externo, el título era un *arcade* de *scroll* vertical que suponía otro ejemplo de cómo Dinamic era capaz de alterar un proyecto al que le veían potencial pero con el que no acababan de comulgar. Lo explica J. Ramón Palacios, miembro de Gamesoft, en su bitácora[137]: "El juego se llamaba *Masacrón* y era, como se puede suponer por el nombre elegido, un matamarcianos sin más pretensiones: *scroll* vertical, unas diez o quince fases, un bicho final por fase y un montón de bichos diferentes revoloteando y esperando nuestros disparos.

"Dinamic aceptó la distribución del juego… siempre que se hiciesen unos retoques. Empezó entonces una odisea de cambios. […] La nave original pasó a ser una moto que saltaba, se redujo la pantalla de juego efectiva para acelerar el *scroll* (originalmente el límite inferior llegaba hasta abajo), se redujeron las fases a tres, se introdujo el suelo que cae en la segunda fase, etc. La pesadilla de todo programador: cambios de diseño cuando ya tenías el programa acabado.

"En realidad el *Masacrón*, origen del *Turbo Girl*, estaba *inspirado* en un juego de máquina recreativa: *Terra Cresta*. A pesar de los cambios, todavía se puede reconocer cierto parecido entre ambos".

Quizá *Turbo Girl* fue un título sin demasiada chicha pero, eso sí, tuvo una campaña de publicidad a la altura de los mejores estrenos de Dinamic. Aprovechando que la protagonista era una rubia de bote a lomos de una motocicleta, el estudio consiguió que fuera portada en Micromanía y que fuese objeto de un reportaje con una modelo impersonando a la protagonista del título. Pese a los esfuerzos, tampoco tuvo un gran impacto entre los jugones como demostró su cuasi nula presencia en las listas de los más vendidos[138].

Posiblemente fue *Hundra* el título de mayor calidad de estos aunque *Turbo Girl* acaparara todos los focos de atención. Desarrollado por Zeus, el estudio que haría el último gran juego de Dinamic antes de

su desaparición, *Hundra* era una videoaventura protagonizada por una vikinga en la que debíamos encontrar tres joyas y que mantenía las constantes del estudio: dificultad y buenos gráficos. Por lo menos, el juego tenía más calidad que la película en la que supuestamente se basaba, una coproducción entre España y Estados Unidos realizada con el subidón de *Conan* y que hoy se recuerda como una bizarrada de serie Z considerable.

Volviendo a *Turbo Girl*, era la primera vez en un buen tiempo, a excepción del *Fernando Martín* y de *Game Over*, que la portada de un lanzamiento estrella de Dinamic no corría a cargo de Alfonso Azpiri. El ilustrador, que también había comenzado a colaborar con Opera, aceptó una oferta de Topo para poner cara y ojos a las producciones del nuevo gigante del *software* español.

Viendo a Topo como un competidor directo, los Ruiz optaron por no apostar por Azpiri y potenciar la presencia de otro ilustrador de prestigio para sus portadas: Luis Royo[139]. Lo recuerda Pablo Ruiz: "Vino Azpiri a mi despacho:

— "He recibido una oferta de Topo para hacer portadas".

"Le dije que me parecía muy bien porque le pagaban más que nosotros. Pero iba a tener que optar porque yo no podía tener las mismas portadas que mi competidor. Y se fue con Topo. Nosotros dimos un salto y fuimos al mejor ilustrador que había en ese momento a nivel internacional, que era Royo. Ahí nos salimos. Royo no era portadista del Cimoc español, era portadista en Estados Unidos. Era el de *Heavy Metal*".

"En vez del enfrentamiento siempre buscamos la huída hacia adelante", explica Víctor.

"Cuando Azpiri me dijo que se iba con Opera no tuve problema porque no éramos competidores. Éramos pequeñas empresas y cada una vendíamos nuestros juegos. De hecho, Opera nos programó una versión de Commodore 64 de *Camelot Warriors*. Cuando me dijo que Topo le pagaba mucho más quizá esperaba que le dijera que no me importaba. No me pareció mal que se fuera porque era un profesional. Iba a ganar mucho más dinero y, de hecho, seguro que ganó mucho más con Topo que con nosotros".

La marcha de Azpiri puso sobre la mesa uno de los problemas que acechaban a Dinamic con la llegada del nuevo año: Topo, con toda la fuerza de ERBE, quería robarle el lugar de privilegio que durante un lustro se había ganado el estudio, lo que dio lugar a una batalla empresarial en toda regla. La bajada de precios, tan beneficiosa para afianzar la estructura de Dinamic, tenía un contrapunto en la figura de Topo.

"El mercado se consolidó con el cambio a 875. El entorno creativo ya no cabía en la planta 29 y habíamos ampliado a la 30 –explica Pablo–. Y ahí es cuando surgieron dos cuestiones: se ganaba más que nunca pero al mismo tiempo nos surgió un competidor que era mucho más fuerte que nosotros".

"Con Topo nunca hubo buena relación –replica Víctor–. Sobre todo porque se inició llevándose a trabajadores a golpe de talonario. Yo llevaba un montón de tiempo montando un equipo. A mí era al que más me dolía, yo era el gestor. Y, claro, si empiezas así…"

Lo que más sorprendió a Dinamic fue que su rival no era un grupo que había nacido desde el videojuego, sino que lo hacía desde el mundo de los negocios. Las reglas del juego, por primera vez, habían cambiado.

"Tenían contratado al marido de la directora de Micromanía, que llevaba el marketing –recuerda Pablo–. El director de Topo era el ex director de Micromanía. Y nosotros estábamos haciendo nuestros juegos. Era una guerra total. Andy Bagney, que contrató a Gabriel, sabía perfectamente lo que hacía. Por aquel momento, ERBE tenía todo el dinero del mundo, estaba facturando mil millones de pesetas y

nosotros ciento cuarenta. Era como nueve veces más grande".

"Era un movimiento absolutamente empresarial", interrumpe Víctor.

Pablo y Víctor Ruiz en el primer ECTS celebrado en Londres.

Aparco por un momento la lucha con Topo para seguir con los estrenos de Dinamic, que se sucedieron a lo largo del año. Y se sucedieron, además, con un sello de distribución diferente al de costumbre. Dinamic decidió separarse de ERBE en una decisión lógica si la vemos desde el punto de vista del enfrentamiento que mantenía con Topo, ya que no tenía mucho sentido que dos sellos opuestos editaran sus títulos bajo el mismo membrete.

"En el momento en que ERBE entró en producción nos convertimos en competencia –explica Pablo–. Nos fuimos, no nos quedaba más remedio. Compramos acciones de Dro Soft[140], que era el segundo, y comenzamos a distribuir. Pero éramos competencia directa tanto en distribución como en producción, ERBE era la número uno y empezó a darnos hostias hasta en el carnet de identidad".

La elección de Dro colocaba a Dinamic en una nueva tesitura dentro del mercado nacional. A nivel productivo o de ventas habían entrado en competencia con Topo, pero a su vez se habían convertido en distribuidores y habían engordado en un eslabón la cadena productiva. Pablo explica por qué se decidieron por Dro en lugar de otras compañías españolas que también se dedicaban a la distribución. El movimiento recuerda al que en su momento les llevó de Gremlin Graphics a Ariola, aunque sin las nefastas consecuencias que tuvo:

"Zafiro era una división de una compañía de discos. Nos llevábamos bien con ellos pero no había *feeling*, a nuestros ojos eran gente encorsetada de la Castellana con trajes. Con System 4 podría haber sido, nos llevábamos bien. Luego estaba Dro. Nos encantaba el tema de la música y eran número uno. Escogimos entre System 4, que era sólo de videojuegos, y Dro, que también editaba música. Eran los años de la movida madrileña. Trabajar allí era una maravilla, entrabas por las mañanas a la oficina y te encontrabas al de Un pingüino en mi ascensor. Y le saludabas, o discutías con el dueño de Dro:

— "¡Tienes que fichar a este grupo y a este otro!"

"Dro era una maravilla, era algo fabuloso. La movida era un paradigma de la música, era un mundo creativo. Hablamos de negocios, pero la parte de creatividad era tremenda".

La primera mitad del año la finalizó Dinamic con tres lanzamientos. Dos aventuras que aparecieron de nuevo bajo el sello AD, *La Guerra de las Vajillas*, *Los Pájaros de Bangkok*, y un *arcade*, *Capitán Sevilla*[141], otra obra de Álvaro Mateos, la mente detrás de *Rocky* y *West Bank*, y que era un *arcade* más que simpático que tenía por protagonista a un superhéroe del sur de España.

Las aventuras eran de corte totalmente opuesto. Por un lado, una parodia de *Star Wars* al estilo de *La Loca Historia de las Galaxias* con el humor como protagonista y por otro un texto basado en el famoso personaje de Vázquez Montalbán, un título de corte mucho más serio e incluso de una temática bastante adulta para lo que eran los juegos en aquellos años.

A la vuelta de las vacaciones de verano, en septiembre, Dinamic lanzó *Meganova*, un matamarcianos de corte clásico y una dificultad muy del gusto de la casa. Pero el primer gran lanzamiento de otoño tenía nombre y apellidos: Jorge Martínez Aspar.

Para la recta final del año, el estudio optó por seguir la línea que había funcionado en los últimos dos años. Si *Fernando Martín* se había convertido en un superventas gracias a la combinación de la temática deportiva junto a un deportista de prestigio, había que buscar un sustituto que igualara, o superara, las ventas del primero.

El elegido fue Jorge Martínez Aspar. El mes, octubre. El tiempo puede haber relegado a Aspar a un segundo plano, ya que nunca cosechó los éxitos de Ángel Nieto ni reinó en las categorías reinas como Álex Crivillé o Jorge Lorenzo. Pero en aquel momento, en la segunda mitad de la década, era uno de los deportistas que más ponían con sus continuas victorias en los mundiales de 80 y 125 centímetros cúbicos. Una vez más, la noticia la adelantó Microhobby a finales de abril de ese mismo año[142].

"Fue iniciativa de Javi Cubedo[143]. Era nuestro ídolo total, mío por lo menos", recuerda Nacho.

"Aspar en aquel momento arrasaba –aclara Pablo–. Era un tótem. Y fue otro que lo puso fácil y directo. Ángel Nieto ya había pasado y Aspar era campeón del mundo de 80cc y de 125cc. Ganaba carrera tras carrera".

"¡No perdía ni una! Perdía para relajarse un poco", interrumpe, emocionado, Víctor.

"En aquellos años se veían muy poquitos BMWs por la calle. Y me impresionó de Aspar que llegó en un M3. Se me caía la baba", bromea Pablo.

"Nos sentíamos muy profesionales y, cuando llegaba un tío bragado, nos debía ver unos chavales –explica, entre risas, Víctor–. A mí me pasa ahora".

Después de las dudas que pudo albergar Dinamic con el lanzamiento de *Fernando Martín*, *Aspar* fue una jugada sobre seguro. Confiar el éxito de un juego a un deportista de elite era una apuesta ganadora.

"Fue un exitazo tremendo –certifica Pablo–. Básicamente era como sacar un juego de Jorge Lorenzo hoy en día. Vendió mucho más que *Fernando Martín* porque salió en todos los formatos el mismo día y con presentación a los medios. También estaban los de El Corte Inglés, Pryca, Continente... Hicimos cosas que no se hacían nunca, que eran los *preorders*. Comenzamos a tomar pedidos en verano y [el juego] salía en septiembre. Cambiaba radicalmente la cuestión, ya no dabas unos pocos a las tiendas e ibas sirviendo. Ahora les decías, el día 1… Y el día 1, ¡pumba! Era una época muy profesionalizada".

El juego simulaba el campeonato del mundo del 88 y, en él, nos ponía en la piel del mismísimo Aspar para lograrlo. El campeonato constaba de siete carreras, cada una de ellas con su correspondiente sesión de calificación, y se convirtió, por arte de magia, en el mejor juego de motos hecho en España. Por un lado porque era el único, por otro, todo sea dicho, porque de nuevo era un título que cumplía con las constantes de Dinamic[144].

En el extranjero, *Aspar* salió un año más tarde, y lo hizo bajo el sello Dinamic UK. En un ataque de ambición, Dinamic decidió lanzarse de una vez por todas a por el mercado europeo. La marca Dinamic UK echó a andar un mes después del lanzamiento de *Aspar* en nuestro país. El juego elegido, *Phantis*.

Detalle de *Aspar G. P. Master*, el primer juego comercial de Dinamic basado en deportes de motor.

Noviembre fue el mes en el que Dinamic unió fuerzas con Electronic Arts, que daba sus primeros pasos como gigante mundial del videojuego. Después de haber firmado con Ocean, a los Ruiz no les tembló el pulso cuando llegó el momento de escoger entre seguir asociados a su estudio de referencia para distribuir en el extranjero o hacerlo por cuenta propia.

"Después de Ocean nos volvimos a equivocar y fuimos a por Electronic Arts –reconoce Pablo–. Teníamos ganas de ser editores europeos. Fue uno de nuestros grandes errores. Luego nos dimos cuenta que no medimos bien nuestras fuerzas, queríamos ser el Ocean o el Ubisoft o el Infogrames español. Queríamos que Dinamic vendiera los juegos en toda Europa. Lo hicimos y funcionó bien, pero no pudimos mantenerlo en el tiempo con la transición tecnológica a los 16 bits, que costó dios y ayuda".

"Llegó Electronic Arts con un planteamiento Apple total porque el fundador de EA, Trip Hawkins, había sido director de marketing de la manzana. Ellos habían potenciado, que no inventado, el mundillo de las *third parties*: para tener éxito necesito Adobe, aunque ahora estén peleados. Trabajaban con Adobe para que hiciera un *software* muy bueno para Apple. EA tenía ese rasgo, era una macroestructura de videojuegos mundial y buscaba *third parties*. Cuando llegó a Europa buscó compañías y nos pasó como con Ariola. Te viene EA y nos pudieron las ganas de ser una compañía europea. Y lo fuimos. Creamos Dinamic UK y desde ahí vendíamos a veintitantos países, fabricando en Madrid. De hecho fuimos el único editor paneuropeo que llegó a vender en Australia y Suráfrica".

El primer lanzamiento de Dinamic para toda Europa fue *Phantis*. El estudio aprovechó el éxito de *Game Over* para venderlo como *Game Over 2* en el resto del continente. "*Game Over* fue un éxito tremendo y por eso decidimos sacar *Phantis* como su secuela en el resto de Europa –explica Pablo–. Me acuerdo cuando salían los tráilers, todo un almacén con el primer pedido de *Game Over 2* de Electronic

Arts para toda Europa y Australia. Un almacén inmenso, nunca había visto eso. Yo tomaba las decisiones en la torre de Madrid: 20.000 de este, 18.000 de este… El primer pedido de Dinamic UK: ciento y pico mil unidades. Sacábamos el juego en cinco idiomas simultáneamente[145]".

"Si damos un salto temporal se puede certificar, como bien explica Pablo, que la ambición pudo con Dinamic. Tanto, que ésta decidió incluso romper con Electronic Arts, que le cubría las espaldas en Europa, para producir en solitario para todo el continente: "Creamos una estructura propia fuera de EA y firmamos con Leisure Soft en Inglaterra y con Ubisoft en Francia. En cada país con el líder de distribución, el equivalente a ERBE. Lo sacamos por nuestra cuenta. Primero vendimos a través de EA para todo el mundo, luego desde dinamic UK vendíamos a cada país en Europa".

El lanzamiento de *Phantis* no vino exento de polémica. A las buenas cifras de ventas que argumenta Pablo Ruiz se contrapusieron unas críticas feroces de la prensa internacional especialmente en la versión para 16 bits[146], que era una versión del juego original hecha sin aprovechar la potencia de dichas máquinas. La noticia incluso se vió reflejadas en las revistas españolas[147]. Unas críticas que al mediano de los Ruiz no le sientan nada bien cuando se las cito.

De esta guisa aprovechó Dinamic el tirón de *Game Over* para vender *Phantis* como su secuela.

"Fue un exitazo tremendo. La gente es un pelín malvada, no sé de dónde sacan ese dato. Firmamos con EA, fabricamos en Madrid, en cinco idiomas, exportábamos a toda Europa… Teníamos más exportaciones que ventas nacionales. Hicimos campaña con el logo de Dinamic y EA a doble página en revistas inglesas y francesas. No había color [con lo que se hacía en España], ni empresarial ni tecnológicamente. Teníamos una plataforma de desarrollo propia, salíamos simultáneamente en todos los ordenadores: casete, diskete de 3 ½ y 5 ¼. Tengo un recorte de Computer Trade Weekly, una de las revistas más importantes de aquella, donde salimos en portada con un producto desarrollado aquí y con buenas críticas".

Independientemente de la calidad o no de las versiones de 16 bits de *Phantis*, sí que es un hecho palpable que la publicación líder de ese momento, Microhobby, ya no mimaba a Dinamic de la misma manera que lo había hecho en años anteriores.

Con Gabriel Nieto, que había ocupado puestos de responsabilidad en la revista, a la cabeza de Topo, la revista inició un giro ideológico en el que las producciones de la subsidiaria de ERBE tenían mayor peso que las de Dinamic que, poco a poco, perdía ese lugar de privilegio dentro de la prensa especializada. De hecho, a la misma Microhobby no le suponía ningún problema afirmar en un número especial aparecido en 1990 que en los últimos años se había dado en Dinamic "un periodo de enfriamiento", fruto del cual el estudio había perdido "aquel carisma que siempre les había rodeado[148]". Dejando de lado el aspecto empresarial, los Ruiz siempre defienden que la relación con Nieto era cordial más allá del puro negocio.

"Cuando eres joven no entiendes esas cosas", explica Víctor, que asegura que se sigue llevando bien con Nieto.

"Era amigo de Gabriel y todos los años comíamos una vez al año –recuerda Pablo–. Él era director de Topo, yo de Dinamic, y quedábamos para reírnos de las hostias comerciales que nos dábamos permanentemente, porque habíamos sido amigos de cuando él estaba en Micromanía[149]. Topo luchó la batalla del mercado español. Nosotros hacíamos juegos con compañías del máximo nivel. Es que ni me imagino que ahora pudiéramos firmar desde FX Interactive con Electronic Arts. Era mucho más de lo que hacemos ahora. La gente veía problemas pero nosotros no teníamos ninguno, porque teníamos más cosas a las que dedicarnos de las que podíamos".

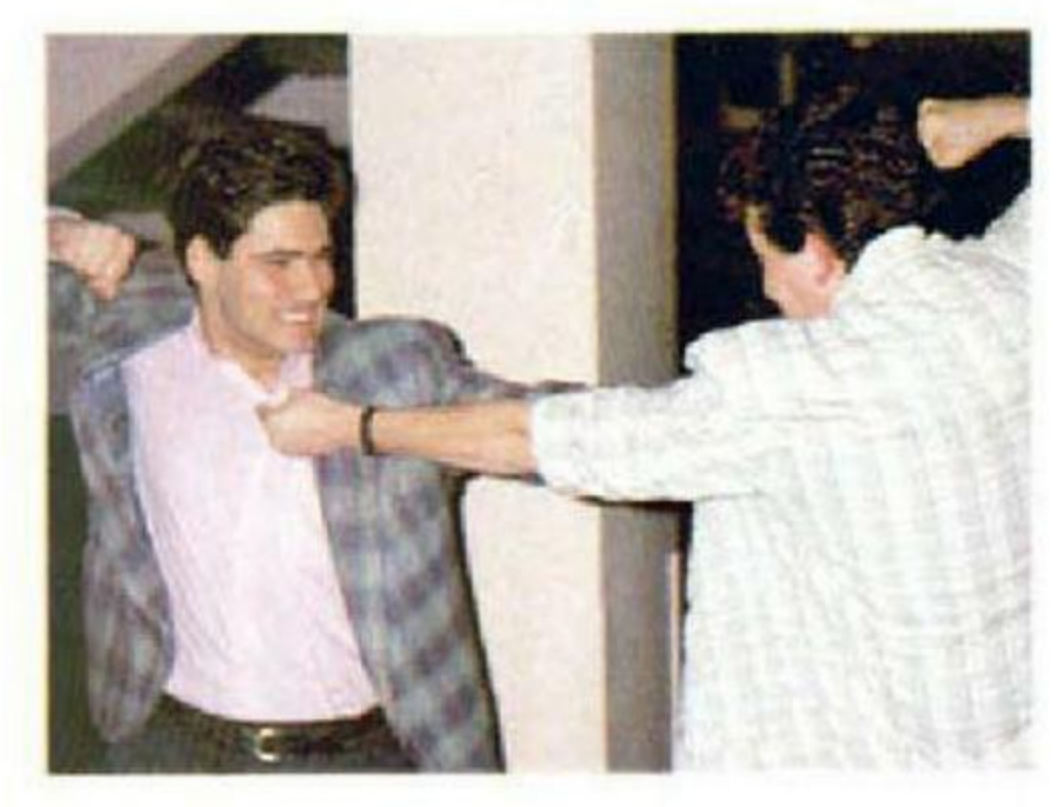
"¿Cómo iba a tener problemas con Topo si estaba negociando para vender mis juegos con Ocean y EA en todo el mundo? El año que negociamos con Electronic Arts estuve doscientos once días fuera de España, lo calculó nuestro asesor fiscal. Y cuando volvía aquí la gente veía un pique. Me decían que Topo iba a sacar un juego en España para Spectrum. Pues muy bien".

"Tengo una foto con Gabi Nieto que la forcé yo. Ese día llegaba de la feria del *Game Over 2*. Si ves la foto con Nieto tengo el mismo traje porque fue esa misma noche, llegué directo de Inglaterra de presentar *Game Over 2* con EA para todo el mundo y me fui a recoger el premio al mejor juego del año para *Navy Moves*. Cuando llegué me dijeron algo de Topo".

— "¿Queréis pelea con Topo? Venga, Gabi… " bromea mientras enseña una foto en la que se ve a Pablo y a Gabriel Nieto agarrándose de las solapas de sus americanas[150].

"Si coges la foto tengo la misma chaqueta, la misma camisa y el mismo corte de pelo que en la feria[151] porque fue el mismo día. Era una lucha mediática que a nosotros no nos venía. Me preguntaban porque no sacábamos un juego cada mes en Spectrum. ¿Qué hizo Topo ese año? En España puede parecer que ellos sacaban muchos juegos y nosotros uno, pero no había ni punto de comparación. Vendíamos 10.000 unidades de Atari ST con Electronic Arts a cuarenta libras. No lo digo para vacilar, nosotros íbamos a lo nuestro, en ese momento también compramos Dro y montamos un sistema de distribución propio".

Aunque Pablo haya citado al que sería ganador del juego del año en la gala de premios que celebraba Microhobby, *Navy Moves*, aún quedan por comentar un par de aspectos de aspectos de lo significó el 88 para Dinamic. Ese movidito mes de noviembre vio aparecer dos juegos para Gunstick, una pistola de plastiquete con la que se podía disparar a la pantalla. Los títulos en cuestión, *Target Plus* y *Mike Gunner*, fueron pensados en exclusiva para su uso con el periférico.



Pablo Ruiz, recién llegado del ECTS, bromea con Gabriel Nieto en la entrega de los premios al mejor juego del año.

Más interesante, y también en ese mes de noviembre, fue la aparición de una nueva iniciativa del estudio: 100% Dinamic. La firma distribuía en Europa con EA, en España con Dro y creaba sus propios juegos desde hacía años. Pero uno de los pocos palos que no tocaba era el de los sellos económicos, esas colecciones de juegos que se vendían a precios muy reducidos y que en ocasiones gozaban una gran aceptación comercial gracias a su atractivo precio y al ansia por las novedades. Hablo de títulos que, con la bajada de precios, se vendían a precios realmente irrisorios, alrededor de las quinientas pesetas. El movimiento era parecido al que ya hizo la casa con Future Stars, dar salida a títulos que no llegaban al estándar de calidad de Dinamic, aunque la situación del mercado en aquel momento era muy diferente. El proyecto para crear un sello *budget* fue un batacazo estrepitoso del que sólo hubo un único ejemplar: *Delfox*, un título de calidad bastante dudosa del mismo equipo que había lanzado *Hundra* unos meses atrás y que era un matamarcianos injugable. Repito, injugable.

"Cuando sacamos 100% Dinamic era otra situación –apunta Pablo–. Había una crisis tremenda, no se vendía nada y el único que lo hacía era Mastertronic. Estábamos con Dro, que vendía mucho Mastertronic a quinientas pesetas. Lo hicimos para vender a ese precio, pero no funcionó. Como Future Stars, no teníamos capacidad para tanto. Eran situaciones distintas, el primero fue una respuesta a un exceso de oferta de creadores que querían editar y no veíamos que llegaran y el segundo para tener una línea económica y aumentar las ventas, que eran malas. Necesitábamos vender más porque teníamos gastos. Nos dimos cuenta que sólo funcionaban las cosas donde poníamos el corazón".

El mal sabor de boca de *Delfox* lo tapó de inmediato el lanzamiento del gran superventas de ese año: *Navy Moves*. Es más, posiblemente la segunda entrega de la saga *Moves* fue el mayor éxito de la compañía a todos los niveles durante la Edad de Oro. Varios motivos se juntaron: la calidad de un producto que aún hoy se recuerda como uno de los hitos de esa generación, un mercado inundado de máquinas de 8 bits y, para acabar de cerrar el círculo, una presentación que quitaba el hipo.

Hoy en día estamos acostumbrados a que el bombazo de turno tenga varias ediciones: que si la normal, la de coleccionista o el *steelbook* que, además, vienen acompañadas de figuras y portadas diferentes según la versión. El comprador de videojuegos se ha habituado.

A finales del 88, la presentación de los juegos se había descuidado como consecuencia lógica de la bajada de precios que no permitía invertir más allá de la caja del casete y las instrucciones. Pero Dinamic quiso dejar claro que *Navy Moves* era otra cosa. Porque aunque *Aspar* también gozó de una cuidada

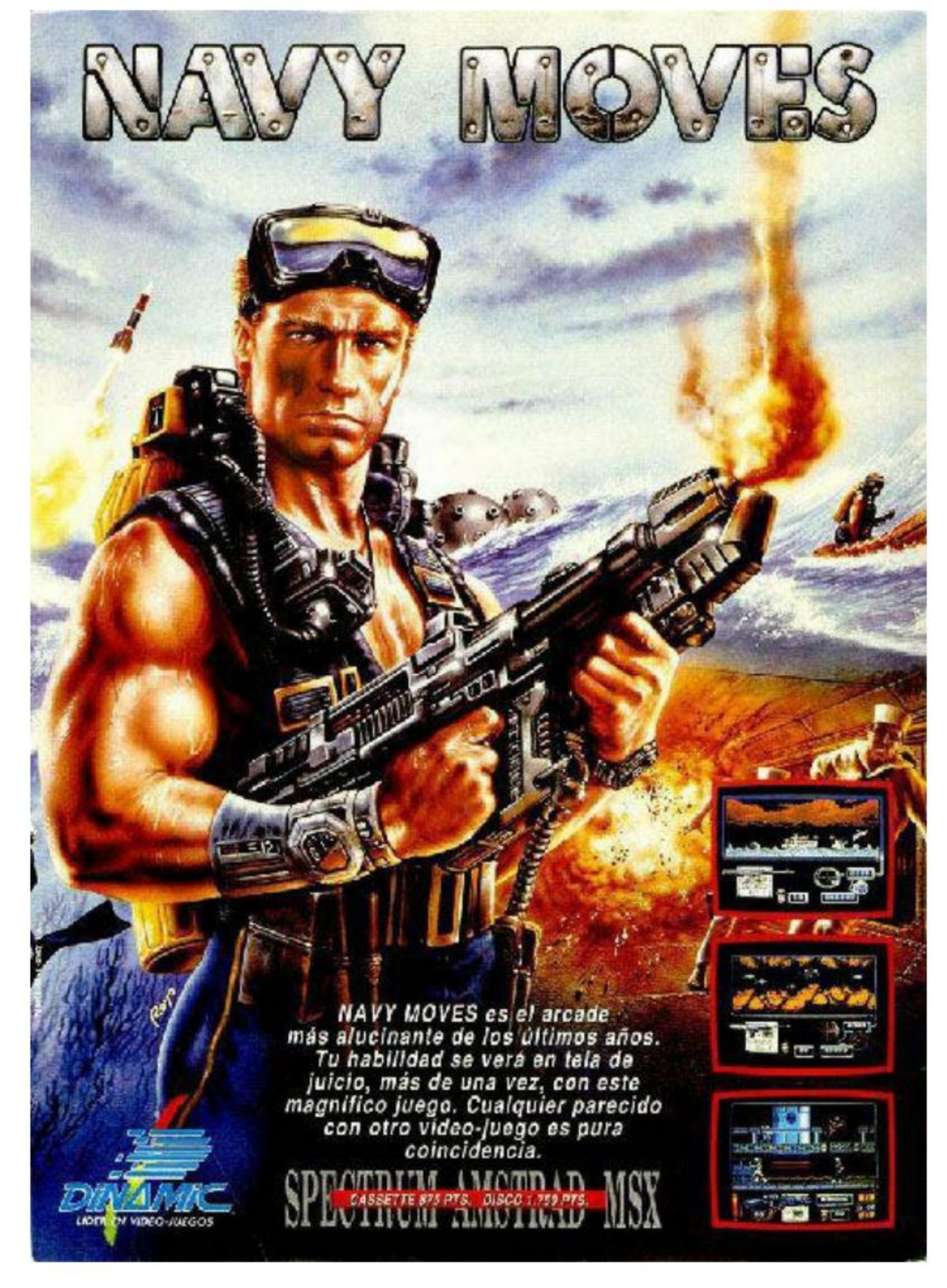
presentación[152], la de *Navy* se llevó la palma: el juego venía en una caja de cartón de un tamaño considerable y en ella se incluía un mapa del submarino en el que transcurría la acción, un sobre lacrado que decía, literalmente, que sólo se podía abrir "en caso de extrema necesidad" y que contenía una guía, el juego en sí y para completar la jugada una copia de *Army Moves*. Si los contenidos eran de diez, su precio, 1.200 pesetas[153], lo convertía en una joya que se convirtió en el lanzamiento más popular del estudio durante los 8 bits.

"A veces me preguntan, ¿por qué el *Navy*? –teoriza Víctor sobre el éxito del título–. Pues quizá por todo eso. Porque fue un producto cuidado desde el principio con unos objetivos y unas mayores seguridades de venta y se trabajaron todos los aspectos. Venía con un material especial, un mapa, un sobre lacrado que escondía un código para poder emerger el submarino. Era algo fuera de lo normal. Y era la única edición, no había otra".

"Ahí era cuando la gente compraba, con una apuesta como Navy *Moves* que era lo que gustaba –recuerda Pablo–. Se dispararon las ventas. Llegamos a más de 100.000 unidades".

"Cuando sabes que vas a tener un ingreso haces un esfuerzo en todos los sentidos –interrumpe Víctor–. Producto, presentación, contenido…"

El juego nació como consecuencia directa del éxito de *Army Moves* y esta vez situaba la acción, en su totalidad, en el mar. La primera fase no podía ser más Dinamic. Si la del jeep de *Army Moves* era complicada, para la secuela idearon una en la que, durante unos minutos de *scroll* lateral interminable, el jugador debía abrirse paso entre las aguas esquivando una serie de boyas a bordo de una zodiac. El más mínimo contacto significaba la muerte. Y cuando me refiero al más mínimo contacto quiero decir que si no se aterrizaba en un espacio exacto entre boya y boya, se iba uno al garete. Es imposible describir horas y horas de frustración en unas pocas palabras, aunque, por fortuna, los emuladores de hoy en día puedan dar fe de ello. En la segunda fase, en el interior de un submarino, el objetivo era colocar una bomba y salir pitando para acabar con el sumergible. Las similitudes con el original son más que obvias.



La ilustración de Luis Royo para *Navy Moves* es uno de los clásicos de la Edad de Oro.

El juego fue un éxito en todos los aspectos. Sobre todo de ventas, con las más de 100.000 copias que aseguran los Ruiz que vendió, pero también de crítica. A las habituales buenas notas de Microhobby, que rozó el nueve, hay que sumar no sólo un par de ochos en Crash o Your Sinclair. El bombo que tuvo el juego fue tal que hasta apareció en la portada de esta última, un logro bastante considerable para esa época.

"El juego se pensó después del éxito del *Army* –explica Pablo–. De hecho *Army Moves* es una expresión real, movimiento de tropas, en cambio *Navy Moves* es una derivación…"

"… que no significa nada", remata Nacho.

"Habíamos hecho un juego en tierra, pues ahora en el mar. Y metimos la lancha y el submarino. Con los años hicimos *Arctic Moves*[154], que sucede en el ártico", finaliza Pablo.

La fase de la lancha de *Navy Moves*, complicada como pocas.

Si algo recalcan los Ruiz del desarrollo de *Navy Moves* fue la cantidad de horas y horas que echaron en el proyecto, y que ilustran cuál era el ambiente creativo en un estudio de *software* español durante esos años.

"Sacamos versiones del Spectrum, MSX, Amstrad, Commodore, Atari ST y Amiga[155] –enumera Pablo–. PC se hizo a posteriori. Lo que recuerdo de *Navy Moves* son las noches, y noches, tantas miles de horas de trabajo".

"Era un trabajo muy intenso y realmente no te lo pagaba el dinero –opina Víctor–. Por encima estaba la creatividad. Eras joven y no te planteabas los horarios que requiere una familia, no había horas".

"Un sábado era una oportunidad única para trabajar el doble", interrumpe Pablo.

"No, no, a lo mejor un sábado te ibas de marcha y luego volvías o te quedabas hasta las doce en la oficina y luego te ibas de marcha porque tu cuerpo aguantaba", prosigue Víctor.

Navy Moves marcó, de alguna manera, un cambio en la organización de Dinamic. Con el estallido del mercado, que forzó la aparición de un competidor con el que no contaban, la empresa creció a unos niveles que obligaban a los hermanos a despegarse del teclado y del día a día para convertirse en productores de los títulos que desarrollaban.

"Éramos editores y desarrolladores –apunta Nacho–. Nunca salía un juego por sí mismo".

Si *Navy Moves* se convirtió en un hito en la historia de Dinamic por todo lo comentado, también es cierto que otro elemento contribuyó a aumentar esa leyenda: su dificultad. El tema ya ha salido en alguna ocasión a lo largo de este relato, pero la primera fase marca probablemente la cúspide en lo que a dificultad se refiere, superando incluso lo macabro de *Abu Simbel Profanation*. La misión de la lancha es el mejor ejemplo de ello.

Los hermanos se escudan en dos argumentos: la falta de *beta testers* hacía que los propios

programadores se encargaran de calibrar la dificultad de unos juegos que se conocían al dedillo y que, por lo tanto, les parecían fáciles. Además, el currículum jugón de los Ruiz incluía logros que iban más allá de finalizar determinado juego.

"Está claro que nosotros nos lo pasábamos antes de sacarlo –asegura Víctor–. A lo mejor lo que pasaba, y lo hemos analizado a posteriori, es que no te dabas cuenta y según ibas probando, probando, probando, te acababas convirtiendo en un *master*".

"Eras programador y testeador en uno –señala Pablo–. Tenías callos de jugar todas las noches al *Manic Miner* o al *Abu Simbel Profanation*".

"Recuerdo haber hecho pruebas del *Navy Moves* ya que diseñaba y producía y sí revisaba el testeo. A ver, pásatelo. Y fu-fu-fu, joder, te lo has pasado[156], –admite Víctor–. Venga, aprieta aquí".

"Al *Manic Miner* no jugábamos para acabarlo, jugábamos para ver quién se lo pasaba en menos tiempo –explica Pablo–. Ya no era un problema de llegar al final, eso era evidente, cuando a la gente el *Manic Miner* le parecía difícil".

"Jugábamos a la primera pantalla, sobre todo –puntualiza Víctor–. Llega tú a la catorce y jugamos a esa. Iba uno a toda hostia hasta que llegaba a la catorce y ahí ya…"

"El *Jetpac*, a lo mejor estábamos una hora sin palmar", concluye Nacho.

Con *Navy Moves* en lo más alto de las listas de ventas, el juego también fue el protagonista de la entrega de premios de Microhobby a lo mejor del año. Se llevó los galardones al mejor juego y a los mejores movimientos y colocaba a Dinamic, por lo menos en lo que a premios se refería, a la cabeza del *software* español por segundo año consecutivo después del triunfo de *Fernando Martín Basket Master* en 1987.

137. http://jotarp.org/2007/05/gamesoft/turbo-girl.html

138. Sólo apareció una semana, y en una posición bastante discreta.

139. Luis Royo es otra de las leyendas españolas de la ilustración, con un bagaje que le ha llevado a ser portadista de revistas como la estadounidense *Heavy metal*. Su éxito no sólo se tiene que observar desde el prisma nacional sino también desde el internacional.

140. Dro Soft, como System 4, Zafiro o Serma, era una distribuidora de videojugeos. Nació del sello musical Dro, creación de Aviador Dro para autoeditar sus discos y que, con los años, se convirtió en uno de los símbolos de la movida madrileña. La noticia se produjo en mayo del 88 e incluso la recogió Microhobby. Microhobby, n. 169, p. 6.

141. Como sucedió con *Freddy Hardest*, también tuvo un cómic en las páginas de Microhobby. Microhobby, n. 175, p. 41.

142. "Aspar dará nombre a un programa de Dinamic". Microhobby, n. 168, p. 5. En la noticia, se aseguraba que el acuerdo se había cerrado en marzo, que Víctor y Nacho se iban a encargar del desarrollo y que contaría con fieles copias de circuitos reales.

143. Cubedo era uno de los habituales de Dinamic. Jugó un papel importante en el desarrollo, por ejemplo, de *Army Moves*.

144. En Inglaterra, como era habitual con Dinamic, el juego obtuvo críticas bastante frías: ni Your Sinclair ni ACE le dieron el aprobado.

145. Víctor, en el documental sobre la Edad de Oro que se emitió en Canal Satélite Digital: "Era una combinación de fechas para editar un producto en todos los formatos, a lo mejor en diez países. Era una monstruosidad. Era un pequeño infierno –ríe–. Pero era lo que nos gustaba hacer, era un infierno agradable".

146. Computer & Videogames le puso un 21% de valoración a la versión de Atari ST. Para las versiones de 8 bits, las notas rondaron el seis,

una calificación baja pero en consonancia con las que la prensa solía dar a los productos de Dinamic.

147. Microhobby, en su crónica del European Computer Trade Show del 89, habló de la presencia de Dinamic, la única compañía española que fue a la feria y explicaba que el estudio había decidido hacer versiones específicas para Atari y Amiga después de *Phantis*. "Era una adaptación del programa de Amstrad, lo que provocó enérgicas protestas por parte de los usuarios de Atari y despiadadas críticas de la prensa especializada". Microhobby, n. 189, p. 4.

148. "Spanish *software* (I)". Microhobby, n. 204, pp. 60-61.

149. Nieto, en el documental de la Edad de Oro, incide en este punto: "Ahí estaban nuestros tira y afloja con Dinamic, que por otra parte eran muy buenos amigos míos de la epoca de las revistas".

150. Microhobby, n. 188, p. 4.

151. Microhobby, n. 189, p. 4.

152. El juego venía en una caja de cartón más grande de lo habitual, incluía un libreto en el que se explicaban los pormenores del desarrollo así como una explicación de los diferentes circuitos. Un póster de Aspar, junto al juego, completaba la edición.

153. Era el precio que tenían las ediciones especiales como *Navy Moves* o *Aspar*.

154. El tercer juego de la franquicia *Moves* apareció en el 95 para PC pero era un proyecto que Dinamic quería haber lanzado para máquinas de 16 bits a principios de la década. Lo explica el responsable del proyecto, Luis Mariano García Corral, en una entrevista concedida a Computer Emuzone en la que desvela que el juego se canceló cuando Dinamic desapareció en 1992 y que él retomó el proyecto por su cuenta unos años más tarde. La cuarta entrega, *Desert Moves*, nunca se produjo.

155. De la mayoría de esas versiones se encargaron los hermanos Abril.

156. Curiosamente, Carlos Abril desmonta esta teoría en la entrevista con Josetxu Malanda en Speccy: "Esa fue una de mis preguntas a Nacho Ruiz cuando establecimos amistad: ¿de verdad os acababais juegos como *Game Over*, *Camelot Warriors?* Y su respuesta fue clara. Me dijo que no, que hacían los juegos imposibles porque parecía que el reto es lo que le gustaba a la gente y que aún así había gente que, no se explicaban cómo, se los acababan. Ellos se lo acababan cuando lo desarrollaban con el típico *poke* de invencibilidad o similar".

Hablar de Opera en 1988 es hablar de un nombre y un apellido que son santo y seña del videojuego español: Gonzo Suárez. Después de haber salido al mercado con sus tres primeros títulos el año anterior, con el notable éxito crítico de *Livingstone, Supongo*, el estudio no siguió el camino de Dinamic o de Topo y sólo publicó otros tres juegos a lo largo de dicho año.

Esa fue, en líneas generales, la constante de Opera a lo largo de su historia: nunca se caracterizó por inundar el mercado local. Nunca lanzó más de siete novedades por año, en el 89 y el 90, respectivamente, y siempre intentó que esa parsimonia se tradujera en calidad. También hay que tener en cuenta que no tenían los medios de Dinamic o de Topo y que ello les granjeó esa imagen de estudio que aparecía esporádicamente. También es cierto que Opera no se dedicaba por entero al desarrollo interno. El estudio ganaba interesantes sumas haciendo programas para terceros o versiones de juegos de otras compañías.

Volviendo a Gonzo, su llegada hasta Opera es una de esas historias que permanecen como una leyenda inalterable de la Edad de Oro. Para explicarla es necesario regresar a Abraxas, que ya trabajaba en One Way Software, aquella tienda que le fue apartando poco a poco del Rastro y en la que un día recibió a uno de los comerciales de Opera al poco de lanzar *Livingstone, Supongo*.

"Pusimos un servicio de alquiler de videojuegos que era pionero, con el VHS pasaba lo mismo. Los precios de los juegos eran bastante caros[157] y si los comprabas, los jugabas una vez y no te gustaban, no servían. No había apenas mercado de segunda mano, pero sí gente que lo alquilaba y, si le gustaba, lo compraba. Pero primero quería probar. Eran negocios complementarios. El alquiler nos permitía tener muchos clientes fijos. La tienda estaba en Montera 32[158], en un segundo piso, escondida. Era una zona bastante deprimida, pero no podíamos pagar otra cosa con nuestros ahorros. No teníamos la capacidad de anunciarnos como los gigantes de Galerías Preciados o El Corte Inglés. El alquiler de juegos nos permitía fidelizar a un montón de gente que nos conocía del Rastro y que en lugar de comprar en El Corte Inglés venía a nosotros".

Entre los habituales de One Way se encontraba el hijo del director Gonzalo Suárez, más conocido por Gonzo, como ilustra Villas.

"Uno de los comerciales de Opera me conocía del Rastro y me dijo que había sacado una protección que era imposible de saltar. Me retó a que lo hiciera pero yo no estaba por la labor de dedicarme, trabajaba doce horas al día en la tienda y había juegos que a lo mejor necesitaban tres días, quince horas cada día, para desprotegerlos. Gonzo era uno de los clientes habituales de la tienda y hablábamos de esos temas. Le conté lo que me había dicho el comercial de Opera, que si encontraban a alguien que fuera capaz de desproteger el juego, le contrataban para ser programador. Una o dos semanas después, vino y me dijo que lo había conseguido. No recuerdo si le facilité el teléfono o la dirección de Opera o fue él por su cuenta. Y, efectivamente, le contrataron. En El país sale un artículo de Paco Suárez que habla de este tema:

— "Recuerdo el día que Gonzo Suárez, director de la saga *Commandos*[159] posteriormente, se plantó en

la oficina asegurando que había pirateado nuestros juegos[160]".

"Era una especie de apuesta. Cumplieron su parte y le contrataron. Es uno de los retos actuales que hay con ciertos *hackers*. Al que sea capaz de saltar esta protección le contrato porque me interesa, porque es bueno en este tema[161]. Ahí empezó la exitosa carrera de Gonzo".

Aunque la historia de Abraxas es bastante fiel a lo que Gonzo explica, tiene algunos matices diferentes cuando la narra el que iba a convertirse en futuro miembro de Opera. Nuestro encuentro se produjo una fría mañana de enero, en el madileño barrio de Hortaleza. El hecho de colaborar con el ministerio de Cultura o de ser uno de los altos cargos de la recién creada Academia de las Artes y las Ciencias Interactivas, no le ha cambiado en exceso. A Gonzo le gusta jugar en casa y me convoca en el bar Hermanos Óscar, donde se nota que le conocen puesto que nos ceden la sala de las comidas para poder departir en silencio. La temperatura de la sala, eso sí, es gélida –"mejor, así acabamos antes", bromea– y por mucho que sean poco más de las nueve y media de la mañana, Gonzo no se separa de sus gafas de sol.

Resulta interesante comprobar, de nuevo, que uno de los actores principales de la época comenzó a programar a lomos de un ZX81. Es más, Gonzo fue de los pocos que incluso flirteó con el ZX80 y al que fascinó ese nuevo concepto de creación.

"El primer contacto con la informática, cuando vino de Inglaterra el ZX80 y, luego, el ZX81. Te producía una sensación de desconcierto. Era una especie de calculadora con la capacidad de darle instrucciones. La noción de ordenador era vaga. Muy sugerente, pero vaga. Me fascinaba hacer algo con lo que pudieses interactuar, el hecho de hacer un juego tipo *Space Invaders*. Esa premisa, sin ningún tipo de conocimiento de cómo ni de qué significaba, pero de una forma bastante basta. Llevaba años trabajando en el cine, porque empecé muy pronto, y de repente se dio la posibilidad de trabajar en un campo que no requería producción. Se tardaban seis meses en rodar una película y para hacer un juego, cinco. Tú solo, sin depender de nadie. Creo que esa fue la razón".

Como muchos otros jóvenes de la época, Gonzo se buscó la vida y comenzó a crear en casa con lo poco que sabía: "Empecé en el 82 o el 83, luego tuve la mili de por medio, pero ya hacía juegos a nivel aficionado con un código máquina muy pedestre".

Llegamos al encuentro con Abraxas, del que Gonzo asegura que hubo otro interlocutor además de Villas. "No fue así exactamente. Fue a través de un amiguete que se llamaba César. Conocíamos también a Abraxas. Fue un vacile de los comerciales de Opera, que dijeron que nadie era capaz de saltarse una protección de Pedro y que invitarían a comer o a cenar a quien lo hiciera. Fue una especie de conversación vacía y Abraxas me pasó el enunciado. Me hizo gracia y en un fin de semana desprotegí el juego y lo llevé, muy ufano yo, a Opera".

El juego, *Livingstone, Supongo*. Una vez desprotegido, con el ego por las nubes, Gonzo se plantó en Opera y se topó de bruces con un equipo profesionalizado hasta las cejas y que le sacaba varios cuerpos de ventaja en nociones de programación. "Era cojonudo porque entré en Opera creyendo que era una máquina de programar y en dos días vi cuan ingenua era mi percepción", ríe al recordarlo.

Morales, que le tuteló durante los primeros momentos, asiente. "Llegó cuando terminamos esa primera tirada de videojuegos. Se presentó un día allí y nunca le echamos. Como Gonzo es como es, hay que cogerle cariño. Le pasa como a los perros, que desde que le ves ya le tienes cariño –bromea–. ¡Es así! Se lo tienes porque se ha metido en muchas guerras y tiene muchos amigos. Pero nos hizo mucha gracia verle aparecer. Nosotros éramos jóvenes, pero él era más joven todavía, un tío con ese ímpetu:

— "¡Pero macho, si es que no sabes ni programar! ¿Has programado alguna vez?"

— "¡Yo qué coño voy a programar!", respondía Gonzo.

"No tenía ni puta idea, ¡pero ni puta idea! Vamos, pero ni zorra idea. ¡Ni patatera! Si es que no había hecho nada. Eso sí, tenía una cosa que era imaginación. Una creatividad… Nos sorprendió, porque el tío llegó con una idea que quería desarrollar. Pero no te creas, que yo le decía:

— "¡No! ¡Joder, Gonzo, que no tío!"

"El tío volvía al día siguiente. Porque otra cosa no será, pero es cansino. Y venía, y venía, y al final decías:

— "Bueno, vamos a ver las cualidades".

"Ten en cuenta que hacía de ayudante de producción con su padre. Hacía pasta en el cine, seguro. Pero el tío se empeñó en hacer videojuegos".

Foto de familia de Opera. El primero por la izquierda, con bigote, es Gonzo Suárez.

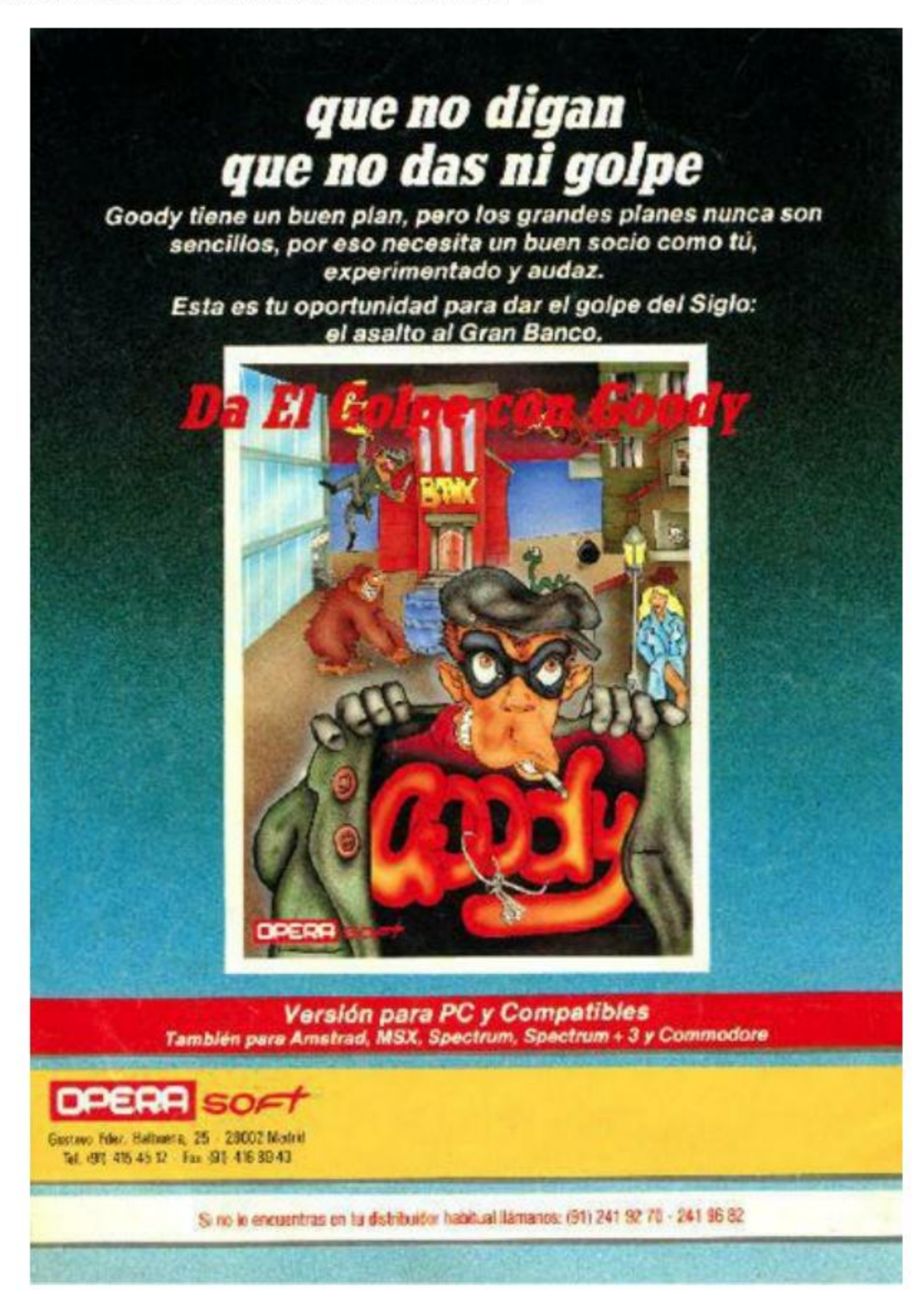
Esa percepción de Morales la compartía el mismo Gonzo, que si algo destaca de Opera es la calidad profesional de sus miembros, a los que es capaz de radiografiar en cinco minutos. "El nivel medio era muy alto. Claramente había un animal, un animal que era Pedro Ruiz. Un animal natural. Era un individuo con un talento natural, a mi entender, tremendo. No tenía una capacidad creativa desmesurada pero era un animal de familiaridad con el entorno, con la programación, con las máquinas… desmedida. Y una inteligencia también desmedida. Hay anécdotas de Pedro Ruiz que me tienen frío. Estaba con el PCW 256 y 512, la máquina de escribir de fósforo verde de Amstrad de 8 bits hecha para escribir textos. Y, cómo no, se hicieron juegos. Y como no, Opera, que tenía a gala hacer juegos y versiones en cualquier plataforma, hizo juegos para PCW. A nivel funcional yo estaba encargado de las versiones del PCW. Una cosa muy apasionante, hacía todas las nuevas rutinas para las pantallas. Para una de las versiones recuerdo que tardé como un día y medio en hacer una conversión porque era la primera que hacía. Y llegó Pedro, lo recuerdo:

— "Coño, está la cosa lenta".

"Le conté porqué estaba la cosa lenta y dijo:

— "No te preocupes".

"Se sentó un momento, me borró casi todo lo que había hecho y comenzó a escribir en estructuras. ¡Pum, pum! ¡Pum, pum! ¡Pum, pum! De esas cosas aprendías. Pim, pim, pim, pim. Rehízo lo que yo había hecho yo. Lo dejó más limpio, más estructurado. Mejor, en nada, no sé cuánto sería. Una hora, una hora y media. Pedro es una cosa que sabemos sólo los que hemos trabajado con él. Es el alarde, la simplicidad, es la navaja de Occam llevada a un máximo".



Publicidad de *Goody*, el primer título de Gonzo en Opera y uno de los más recordados del estudio.

Ante el elogio, Ruiz se limita a explicar que esa es su forma de trabajar. "No sé a qué viene eso –ríe cuando le explico la última cita–. Me gustan las cosas ordenadas y estructuradas, si no soy incapaz de asimilarlas. Me gusta intentar eliminar lo superfluo. En ese sentido sí lo soy. Me gusta la eficiencia, escribir lo menos posible para conseguir el máximo resultado. Me gustan las cosas estructuradas, una rutina principal que va llamando a una serie de rutinas y va descomponiendo el problema. Si no estás ordenado en plan árbol, eres incapaz de hacerlo todo a la vez. La fuerza obliga. Divides para que sea abordable. Eso es la ingeniería, abordar problemas a base de tareas pequeñas. Yo no puedo hacer un avión, pero puedo hacer una parte de un avión: la estructura. Uno hace las alas, otro el fuselaje central y divides el problema. Al final, al ingeniero que está trabajando le llega algo que puede resolver. En

software de videojuegos es lo mismo. Te pongo un problema que puedas resolver y a otra cosa. Necesitas tener el árbol en la cabeza, empezar desde abajo para poder integrarlo todo en el juego: los gráficos, el sonido, la animación… Al final, es eso. Pero Gonzo es un patán –bromea de nuevo–, porque él también hizo lo mismo con *Commandos*".

Ruiz no es el único que recibe elogios, Gonzo no se corta en hacer un diagnóstico del resto del equipo: "Había distintos rangos. José Antonio era un individuo enormemente meticuloso, con una gran capacidad de trabajo y mayor capacidad creativa. Paco Suárez era brillante en el sentido de que era capaz de solventar situaciones complejas con una sencillez tremenda y mucha brillantez. Pero no es fácilmente integrable en un equipo de programación. Va enormemente a su aire, enormemente a su aire. Hago lo que me sale de los cojones. Me gusta imaginarme esto y voy en esa línea. Paco Menéndez también era muy brillante. Muy brillante y muy creativo. Lo que tenía es una combinación muy buena, un combo muy bueno. Apasionado, con carácter".

Como ha comentado Morales unos párrafos más atrás, Gonzo provenía de un ambiente creativo. A fin de cuentas es hijo de Gonzalo Suárez, realizador y escritor con varias décadas de carrera a sus espaldas por lo que el ambiente de Opera le venía como anillo al dedo para dar rienda suelta a la faceta artística, aunque de primeras le costara adelgazar algún que otro kilo.

"Mi padre nunca opinó, nunca se metió especialmente en qué hacía y qué no hacía. Fue el primer aventurado y nunca le ha inquietado en absoluto. Yo era muy independiente. Con catorce o quince años ya ganaba dinero para vivir. Siempre he ganado dinero para vivir y cuando no, he reducido mi comida. Por ejemplo, cuando empecé con Opera el sueldo era muy bajo, muy bajo, lógicamente. Pagaba justo el alquiler, y luego papillas. Y comía papillas. Papillas siete cereales con miel. De Nestlé. Igual estuve cinco meses, pagaba el alquiler y me daba justo para no sé cuántos paquetes de papillas. Vivía al lado y me ahorraba el metro. Además, venía del cine, que cobraba un pastón. Era un chaval muy joven, que venía del cine, que ganaba un pastón. Lo dejé verticalmente y me dediqué al videojuego cobrando una mierda. Lógicamente, como tenía que ser".

Obviando el shock de las papillas, lo que Gonzo se puso a hacer nada más aterrizar en Opera fue lo que tocaba en una empresa de videojuegos: crear. Por lo menos, eso sí, llegó con los deberes hechos y una cartera de ideas para posibles proyectos del que saldría su primer juego: *Goody*.

"Eran muy respetuosos con las ideas de cada uno. Se fraguó porque cuando llevé el juego desprotegido me preguntaron si tenía alguna idea. Y tenía una idea como tenía veinte. Sólo había hecho un juego de un ladrón con cara de ratón que tenía que ir salvando cosas para robar un banco. Pero me preguntaron si tenía ideas y no perdí la oportunidad. No tenía un aprecio especial por esa, les gustó y me puse a trabajar. Y como también me manejaba aceptablemente bien con los gráficos, permitía hacer una combinación programador grafista. Si había apretones me echaban una mano pero, salvo la música o la carátula, el resto era mío. Muchas veces compartí código con José Antonio Morales".

Morales fue una pieza básica para que Gonzo y *Goody* salieran adelante en sus primeros compases, teniendo en cuenta que el primero estaba en plena fase de aprendizaje:

"Fui el que más trabajó con Gonzo. Le puse el núcleo del *Livingstone, Supongo* en una máquina y así empezó con *Goody*. Una cosa que tiene Gonzo que me enamora es que estaba hablando con él y el tío apuntaba en una libreta y me decía cómo iba a ser el personaje. ¡Y lo dibujaba para mí! No se lo dibujaba a él, el tío te dibujaba sobre la marcha lo que tú querías. La guerra de siempre eran los gráficos:

— "Gonzo, te los haces tú".

"Para distinguirnos un poco de los grafistas que teníamos, que eran muy Opera, muy cuadriculados,

menos videojuego. Teníamos un *look* distinto. A unos les gustó más, a otros les gustó menos. A mí me gustaba más la competencia en cuanto a gráficos. En cambio, creo que técnicamente éramos bastante superiores. Gonzo nos aportó esa sangre nueva. *Goody* nació con el núcleo del *Livingstone*, que al final era el que tenía Opera. Con cada juego, el núcleo se hacia un poco más potente, pero no era ni más ni menos que lo que habíamos creado ya en Amstrad España, con una mejora que aportó *Livingstone*. Se lo dimos para *Goody* y le hice algunas rutinas porque me llevaba fenomenal con él. Para nosotros, Gonzo es uno de los nuestros, uno de Opera".

Después de putear al personal, como en *Livingstone, Supongo*, el final de *Goody* también tenía un punto macabro.

Una anécdota que siempre ha rodeado a *Goody* es que, pese a no estar firmado, los jugadores supieron perfectamente a quien pertenecía el código ya que el nombre del programador aparecía en una de las estaciones de metro que se visitaban durante la aventura.

"Había la directriz en Opera, muy sensata, de no firmar los juegos porque había mucho código común Era extraño firmar el juego. Es un elemento que aporta mucho porque atribuye, pero había esta prerrogativa. Un poco con picaresca y también por no transgredir ese elemento tenía un punto en todos los juegos donde firmaba Gonzo. En *Sol Negro* fue mucho más sutil. Uno de los *power up* lo tenía escrito. Era una forma de poner un cameo tuyo en el juego. Los demás [programadores] eran muy discretitos, no lo hacían", sonríe.

La gracia de la firma es que la había colocado en una parada de metro calcada al suburbano de Madrid, ciudad en la que se ambientaba el juego.

"La idea surgió del afán que tienes cuando eres joven de creer que tu mundo es un mundo muy conocido. Como vivía en Madrid, me hacía gracia recrear un entorno reconocible en uno virtual para que la gente reconociera una ciudad. Le puse el cartelito de Retiro, el de Banco de España. Intenté incluso emular la valla del Retiro. Chascarrillos, para que el consumidor reconociese Madrid".

En ese Madrid transcurría *Goody*. Una videoaventura en la que encarnábamos a un ladrón con rasgos de roedor y que quería dar el golpe del siglo atracando el Banco de España. El juego finalizaba con un punto de mala leche a lo *Livingstone, Supongo*, ya que las arcas del banco estaban más que vacías.

El segundo proyecto de Gonzo también apareció en las últimas semanas de ese mismo año. La idea, crear un *arcade* de *scroll* lateral que bebiera claramente de *Lady Halcón* y que en su concepción inicial distaba mucho del resultado que finalmente llegó a las tiendas.

"*Sol Negro* tuvo su desarrollo a trancas y barrancas, porque en principio estaba más enclavado en un juego de lucha. Pero era un tío con los dos pies en el suelo y que golpeaba. Se intercambiaban dos personajes, iba más por el terreno de la lucha. El hecho de que ese modelo de juego no diese mucha fluidez fue lo que me hizo cambiarlo y hacer algo más volador, en la línea de *Jetpac*, que agilizaba mucho el movimiento. Recuerdo un personaje que se quedó en el camino que me fascinaba. Un perrito regordete que intercambiaba con Bully y que permitía hacer cosas que el primero no podía. Crear la inteligencia artificial del perro es uno de los momentos de los que me siento más orgulloso. Cuando hice que el protagonista volara, el perro desapareció por inutilidad".

En el juego controlábamos a dos personajes, presos de una maldición que les impedía estar juntos en forma corpórea. Aunque fuera una doble carga en la que una fase se desarrollaba a cielo descubierto y la otra bajo el agua, la mecánica era la misma. Tirando de esa jugabilidad que ya se había visto en el *Jetpac* de Ultimate, el título era una adaptación, a la manera de Gonzo, de *Lady Halcón*.

"Claramente *Lady Halcón* estaba allí. Pero no se me ocurrió por eso. Me gustaba enclavar los juegos en entornos que dieran un punto de complicidad con el jugador. Si alguien de repente descubre que tiene cierta relación encontrará chascarrillos y puntos de relación. Me hacía gracia, pero tampoco tanta como para hacer una adaptación".

Con un pasado tan apegado al cine, resulta difícil separar las influencias que de un campo pudo arrastrar al otro. "*Goody* tenía influencias más genéricas, pero claramente las tenía. Soy un ser creado en el cine, como espectador. A mí me invitaba Fernando Trueba[162] cuando era director del Cinestudio Griffith y no había hecho ninguna película. Me tenía abonado gratis, el tío me subvencionaba prácticamente, y me pasaba horas y horas. Me tragué todo el cine del mundo. Gran parte de la icónica y de la imagen de los juegos estaban basados, claramente, en películas. *El secreto de Thomas Crown*, si quieres el tema de *Goody*. Pero este no tenía un referente claro que recuerde, era el hecho del ladrón de guante blanco".

El año de Opera lo completó *Mutan Zone*, lanzado a la par junto a *Sol Negro*, obra de José Antonio Morales y que se trataba de otro *arcade* de *scroll* lateral de ambientación futurista. De los tres, *Goody* y *Sol Negro* fueron los que obtuvieron mejor recepción crítica. La llegada de Gonzo había sido todo un acierto.

Es curioso comprobar como de un equipo de cinco programadores (Ruiz, Suárez, Gonzo, Menéndez y Morales) sólo dos se dedicaron al videojuego durante el 88. Los encargos de terceros, unidos a las circunstancias personales de cada uno hicieron que ese no fuera el año más productivo de Opera a pesar de que el mercado estuviera en plena ebullición: Ruiz se especializó en la creación de versiones y dejó la creación; Suárez se dedicó a crear las herramientas de programación para sus compañeros y Menéndez entró en el letargo creativo posterior a *La Abadía del Crimen* del que ya nunca despertó.

Los mejores años del estudio en cuanto a cifras de producción, porque superar la calidad de la dupla *Livingstone, Supongo* y *La Abadía del Crimen* era una misión imposible, llegarían a continuación. Pero antes de pasar a *Livingstone 2*, *Mot* o *Poli Díaz*, es necesario volver la vista a Zigurat, desaparecida del mapa durante gran parte del año anterior y que volvía a asomar la cabeza con fuerza.

157. Se refiere a los tiempos de anteriores a la bajada, cuando montó One Way Software y vendió juegos de ERBE por cuatro duros en el Rastro.

158. Se puede encontrar un anuncio de la tienda junto a su catálogo en la página 66 del número 31 de la primera época de Micromanía.

159. Aparecido en 1998 y dirigido por Gonzo Suárez, *Commandos* ha sido uno de los mayores éxitos del videojuego español a nivel mundial.

160. El artículo apareció precisamente el día que me entrevisté con Villas, donde El País hacía mención a la nueva versión de *La Pulga* que Suárez programó para PC a principios de 2011. "El regreso de *La Pulga*". El País, 22 de enero de 2011.

161. Sin ir más lejos, la prueba que Dinamic puso a Gonzalo Martín para incluirle en su equipo de colaboradores cuando apareció con *Fernando Martín* fue saltarse la protección de *Camelot Warriors*.

162. Trueba, al que tuve ocasión de entrevistar durante la promoción de *Chico & Rita*, lo confirma: "Le conocí cuando él tenía diez años".

Hace tiempo que Zigurat no aparece por el mapa. Después de un 1987 en el que su único lanzamiento fue *El Misterio del Nilo*, aparecido en febrero, la productora y distribuidora en la que se habían embarcado los miembros de Made in Spain estaba fuera del radar.

Tanto, que ni siquiera se les contó entre los grupos que Microhobby consultó cuando ERBE planteó la bajada de precios. El 87 fue un periodo de trabajo en la sombra y de sacar adelante proyectos de cara al año siguiente que, este sí, fue mucho más productivo.

Aunque Microhobby no dijera nada de las impresiones de Zigurat acerca de la bajada de precios ni se tuvieran noticias de sus acuerdos con ERBE, Granados y Rada, sin Camilo Cela ni Paco Menéndez, tuvieron que arriar velas. Zigurat cedió la distribución a la compañía de Paco Pastor, que con su jugada se había hecho con el grueso del mercado y que, no hay que olvidarlo, se dedicaba en exclusiva a esas labores. En definitiva, había caído en el mismo cajón en el que estaban los grandes del videojuego nacional.

"En solitario no nos salían las cuentas. La inversión en producción era mucho más alta, tenías que producir los casetes, todo. Con ERBE tenías garantías de que ibas a conseguir beneficio con el producto –razona Rada–. Estábamos cómodos con Dinamic, Opera y Topo y teníamos espacio suficiente. No sentíamos que fuese vital encontrar un nuevo distribuidor y el posicionamiento que tenían los juegos de ERBE, la visibilidad, la promoción… Llegaban a todas partes. Eran profesionales de la distribución. Al sacar mucho más producto podían hacer campañas en las que compartiesen más juegos, aprovechaban mucho mejor los espacios publicitarios y conseguían mejores precios al contratar muchas más paginas que nosotros. Cuando hablamos con Paco Pastor, las condiciones que nos puso respecto al producto de fuera eran favorables, no eran leoninas y nos permitían sobrevivir".

El sueño peregrino de unos amiguetes de la Ciudad de los Periodistas de montar su estudio y su propia productora de videojuegos se mantuvo, pero la idea de construir una distribuidora que sacara adelante todo ese producto se fue a pique. Ese fracaso era una bonita muestra más del espíritu que impregnaba los años de la Edad de Oro, en los que sólo la realidad podía tumbar los sueños de unos adolescentes. Rada es el primero en afirmar que la sola idea de meterse en un jardín de esas dimensiones era una locura.

"Con la perspectiva actual claro que era descabellado [crear una distribuidora con aquellos medios]. Era un signo de la industria y del sector. No había otra manera mejor de hacerlo. Como El Corte Inglés no tenía producto y veía que tus juegos eran buenos y se distribuían en Inglaterra… Se lo ponías todo fácil. Eras muy pequeño y se lo ponías todo a huevo. No había un problema logístico porque era muy fácil organizar la producción. Cuando ERBE empezó a ser seria, grande, a traer mucho producto de fuera y a hacerlo bien, evidentemente ya no tenía sentido".

El resultado final supuso que Zigurat se desentendiera de todo aquello que no fuera la producción de juegos. Una decisión similar a la que Dinamic tomó casi desde sus inicios, como explica Charlie:

"El descenso de ventas a raíz de la bajada de precios de ERBE fue tan grande que nos encontramos con que teníamos una infraestructura creada y no estábamos vendiendo lo que deberíamos. Decidimos unirnos a ellos ya que no podíamos vencerles. Hicimos un acuerdo de distribución con ERBE y renunciamos a convertirnos en nuestros propios distribuidores y a crear una red comercial. Dejamos ese tema en manos de ERBE y nos centramos en la labor de generación interna de videojuegos y a producir externamente a grupos de gente a los que ayudábamos a finalizar sus proyectos para publicarlos".

Llegamos a abril del 88, mes en el que Zigurat volvió a las tiendas de todo el país una vez solucionado el tema de la distribución. Después de *Fred* y *Sir Fred*, Charlie llevaba una temporada sin sacar adelante un proyecto y suyo fue *Afteroids*. El nombre bebía clarísimamente del clásico *Asteroids* de las máquinas recreativas y era otro de esos títulos creados para aprovechar una idea inicial, como sucediera con los dos primeros de la compañía.

"Surgió de un algoritmo al que luego le buscamos un juego –explica Granados–. Había un juego de naves, que no recuerdo el nombre, para Spectrum que tenía una nave que se movía por toda la pantalla con un *scroll* espectacular para aquella época. Muy suave, iba a toda velocidad, impresionante a nivel técnico. Lo vi y pensé que quería hacer algo parecido. Hice pruebas durante muchos meses para programar un *scroll* que fuera tan suave. Estuve apurando ese algoritmo hasta que tuve uno igual. ¿Qué hacía con aquello? Se me ocurrió recuperar el viejo juego de los asteroides y hacer una versión modernizada, *Afteroids*. Apliqué este algoritmo, metimos naves, asteroides y quedó una cosa que técnicamente era muy interesante en aquellos momentos y como juego podía ser más o menos divertido".

Aunque no era uno de esos títulos que copiaban la idea original muy descaradamente, *Afteroids* podría haber recibido perfectamente una demanda por plagio, como a muchos de los títulos publicados durante esa década, y ya hemos visto casos de juegos que fusilaban ideas que lo partían en aquellos momentos en las salas del barrio. Afortunadamente, a Made in Spain no llegó ningún abogado para interponer una demanda.

"Ninguno. Creo que, para empezar, ni se enteraban. ¿Qué iba a saber Atari en Estados Unidos de lo que hacía una pequeña compañía de España llamada Made in Spain o Zigurat? En esos tiempos que no había Internet, es que ni llegaban a saber que esto existía. No hacías una conversión directa y le llamabas igual. Era muy descarado y te metías en un terreno muy peligroso. Pero hacías una versión basada en eso y te quedabas tan tranquilo. No cogías el *Pang* y lo llamabas exactamente igual. No, lo llamabas *Peng* y en lugar de un explorador ponías un pingüino. No conozco ningún caso de compañía española a la que le llamaran la atención ni le pidieran una compensación económica. Ni a nosotros, ni a Dinamic[163], ni a ERBE, ni a Opera".

Como pasó con *Mad Mix Game*, *Afteroids* era un juego que tenía la suficiente personalidad como para considerarse una evolución de la famosa recreativa. El hecho también lo supo ver la prensa nacional, que no ahorró en puntuaciones para dar el visto bueno a la obra de Granados.

Al lanzamiento de *Afteroids* le siguió *Arkos*, la segunda apuesta de Zigurat por un desarrollo externo después de *Nuclear Bowls*. Esta vez, el equipo confió por partida doble en un estudio, Arcadia Software, que no comenzó su aventura con gran pie. *Arkos*[164] fue el primer título que lanzó con Zigurat y lo hizo a caballo de dos juegos hechos en Made in Spain: el citado *Afteroids* y *Humphrey*, otro de los que se iban a convertir en bandera de la casa.

A la vuelta del verano, Made in Spain lanzó el primer desarrollo del hermano de Charlie Granados, Jorge, que se unía de forma oficial al estudio. De Jorge ya hemos oído hablar, fue quien arregló aquella cita en Indescomp que les juntaría con Paco Suárez y adquirió más peso en el grupo tras la marcha de

Cela y Menéndez.

"Camilo lo dejó después de *El Misterio del Nilo* porque hizo el curso de controlador aéreo, empezó a trabajar y ya ves como está. Metido en el fregado[165]. Tenía una jornada de trabajo importante, no podía seguir con esta afición y abandonó. En cambio, se incorporó mi hermano Jorge. Durante una temporada bastante larga, tres o cuatro años, fuimos tres personas los socios fundadores de Zigurat como empresa. Cuando empezamos a trabajar e hicimos el contrato con ERBE no teníamos una forma legal. Creo que habíamos constituido una comunidad de bienes pero no creamos una sociedad hasta unos años después".

El primer título de Jorge fue otro de esos que marcaron al estudio: *Humphrey*. "El personaje es un marciano, una especie de pera. Como lleva una gabardina nos dio por decir que se parecía a Humphrey Bogart. Así se quedó el nombre del juego", explica Charlie Granados.

El juego nació entre las chanzas del equipo durante su desarrollo e ilustra cómo trabajaba Made in Spain durante la Edad de Oro: muy centrada en el desarrollo y nada preocupada por temas de mercadotecnia, posicionamiento de producto o marketing.

"El espíritu comercial lo teníamos muy bajo porque realmente era un nombre horroroso para un juego: no te decía de qué iba, no era un nombre comercial –explica Granados–. Nos interesaban otras cosas. Íbamos muy así, a nuestra bola. Decíamos que se iba a llamar *Humphrey*, se llamaba *Humphrey* y nos daba igual. Como lo de que nuestra compañía se llamara Zigurat, que era un nombre horroroso. Llegado el momento de enfrentarnos al mercado éramos muy ingenuos, no teníamos ese espíritu comercial que hoy en día sería impensable. Hay que tener un nombre atractivo, una imagen atractiva, todo muy bien pensado, todo".

Humphrey es un juego extraño. De vista cenital, se parece a *Pac-Man* en el sentido que tenemos que recorrer todos los entresijos de una sala "pintando" las baldosas para poder pasar de fase. La dificultad, para alejarse del clásico de Namco, estaba por las nubes. Aunque también es cierto que la similitud estaba en el planteamiento de base, ya que el juego es otro ejemplo muy al estilo *Afteroids* que sabe combinar elementos propios y ajenos.

Humphrey era una pera con gabardina y sombrero. Clavadito a Humphrey Bogart...

A la salida de *Humphrey* apareció otro título de Arcadia Software, *El Poder Oscuro*. En esta ocasión las críticas fueron más favorables y Arcadia se colocó a la altura de los títulos de Zigurat con un *arcade* de *scroll* lateral de corte fantástico que compartía planteamiento con *Arkos*.

Nos plantamos en diciembre del 88, mes en el que sale una de mis debilidades personales: *París–Dakar*[166]. No se le dio más bola de la que se le daba a otros juegos españoles e incluso con los años no ha llegado a tener un reconocimiento especial, así que en este relato me voy a empeñar en ponerlo un poquito más cerca del lugar que, creo, se merece.

¿Por qué? Simple y llanamente porque *París–Dakar* es un juego de carreras como nunca más se ha vuelto a hacer. Basado en la popular carrera, no me quedo corto al decir que es de los pocos títulos, si no el único en tropecientos años de historia del videojuego, que ha mezclado velocidad con navegación. Para ganar no era necesario ser el más rápido, también había que tener la inteligencia necesaria para leer

las notas, interpretarlas y no perderse por el desierto. La idea surgió gracias al éxito de una carrera que acababa de nacer y que mezclaba como pocas velocidad y aventura.

"Nos parecía muy interesante. Tenía una repercusión mediática gigantesca, mucha más de la que tiene ahora. Fue la cumbre de su éxito realmente. En una carrera murió el fundador y había muchísimo interés en prensa y en televisión", apunta Granados.

En un caso ligeramente parecido al de *Afteroids*, en Made in Spain no se cortaron ni un pelo en ponerle al juego el nombre de la carrera. La demanda que hoy interpondría la organizadora por un tema de derechos de imagen no tendría nada que envidiar a aquel centenar de folios con el que tuvieron que lidiar para conseguir los derechos de *La Joya del Nilo*.

"Para *París–Dakar* no teníamos licencia ni nada. Lo sacamos a pecho descubierto, tan tranquilamente. No teníamos asesoría legal, así que si era un juego del París-Dakar, por qué no. Hoy no podrías ir a ningún lado", recuerda Rada.

Detalle de *París–Dakar*, uno de los títulos de conducción más originales que se han concebido en nuestro país.

La puntilla la pone Granados, que recuerda la que les podría haber caído aunque el riesgo, por lo menos, tuvo su recompensa a nivel de ventas.

"Si el juego trataba del París-Dakar, pensábamos que podíamos llamarlo así sin pagar derechos a nadie. Es París, es Dakar. Más adelante, cuando hicimos versiones para móviles sí que nos enteramos de que legalmente era una marca registrada y que el organizador la defendía con bastante fuerza, así que nos podía haber caído un puro por llamarlo así. Pero dentro de esta ingenuidad pensamos, ¿quién va a registrar el nombre de dos ciudades? Estaba en boca de mucha gente y tenía mucho éxito. Como nos habían gustado desde siempre las carreras de coches nos metimos por ahí y pensamos que comercialmente era interesante. Lo fue, vendió bastante".

El título se basaba, como ya he explicado, en una mezcla entre velocidad y navegación. El piloto tenía que ser lo suficientemente rápido para pelear por la clasificación general pero sin dejar de lado que tenía que seguir una ruta para llegar a meta ya que no había un circuito propiamente dicho que seguir hasta la

llegada. Puro París–Dakar.

"Se trataba de recrear ese espíritu –asegura Rada–. Compramos un librito que hablaba de la aventura del París-Dakar para ubicarnos. Recogía información de la carrera pero era muy periodístico: explicaba las dificultades que en aquel momento eran mayores a las que hay ahora, cómo la gente se arreglaba las motos por la noche, mostraba la historia humana y la aventura que había por detrás. No pretendíamos hacer un juego de carreras convencional basado en ese nombre sino algo que tuviera que ver con la aventura de perderse, de navegar, de volver a encontrar".

Made in Spain puso la guinda volviendo a las raíces tras rescatar una idea de *Fred* para el mapeado. Para *París – Dakar*, la firma se aseguró de que nunca hubiera dos carreras iguales, los planos siempre eran distintos y las duraciones de las etapas (dentro de unos límites) siempre diferían entre ellas.

"Utilizamos un algoritmo muy antiguo que habíamos utilizado en *Fred* para crear laberintos. Recuerdo que nos gustaba decir en la promoción del juego que tenía un circuito que eran 9.000 veces la pantalla del ordenador, para que te hicieras una idea del espacio en el que podías jugar. La gracia del juego era el sistema de navegación: te sentías en una inmensidad con miles de cruces y tenías que buscar el camino correcto.

"Uno de los logros de *Fred* era que cada laberinto era diferente. No podías aprenderte los caminos para sortear los obstáculos. Con París-Dakar hicimos lo mismo. El camino era diferente cada vez que jugabas. No sólo el camino, la retícula sobre la que se generaba también era distinta por lo que este siempre cambiaba. A las etapas les dábamos un tamaño que iba *in crescendo* de modo que podías medir la distancia que recorrías y seleccionar caminos que tuviesen una distancia acorde a la que querías para esa etapa", recuerda Rada.

Granados también destaca que, a pesar de lo enrevesado que pudiera parecer, el juego lograba mantener enganchado al jugador a la pantalla: "Hicimos un sistema de navegación muy complejo y muy divertido de usar y creo que estaba muy bien equilibrado en el sentido que combinaba la carrera con la navegación".

Además de los aspectos comentados, en *París–Dakar* había que mantener un ojo puesto en la mecánica y en el depósito de combustible o los niveles de aceite y agua si queríamos llegar al Lago Rosa. El juego obligaba al jugador a estar igual de pendiente del acelerador que de todos los elementos necesarios para ganar semejante prueba.

Con el título de conducción, Zigurat ponía punto final a un 88 muy productivo y con un nivel medio en sus producciones muy alto. El grupo cogió carrerilla en este año y ya no bajó su ritmo hasta el final de los 8 bits, en los que aún dijeron un par de cosas bastante importantes.

163. Dinamic tuvo un supuesto problema en 1989 con U.S. Gold por *Satan*, tema que dejaré para unas páginas más adelante.

164. El título no fue recordado precisamente por su calidad, más bien por su endiablada dificultad, que no le hizo ganarse grandes parabienes de la prensa española.

165. En el momento de esta entrevista, hacía pocas semanas que los controladores aéreos habían paralizado el país durante el puente de la Constitución de 2010.

166. Misteriosamente, *París–Dakar* fue uno de esos juegos que se anunciaron durante varias semanas en Microhobby, como si hubiese sido víctima de un retraso, un hecho que Charlie descarta: "No recuerdo que hubiera ninguna dificultad especial".

11 Alfonso Azpiri, el rostro inconfundible del software español

He hablado mucho de él a lo largo de este relato y, llegado el momento, se hace imprescindible dar voz a uno de los grandes personajes de la Edad de Oro. Alfonso Azpiri nunca escribió una rutina, una línea de código, o metió píxel a píxel los colores de una pantalla de carga[167], pero pese a estar tan alejado del desarrollo fue encargado de dar un sello inconfundible a un gran puñado de juegos.

Nos encontramos en lo alto de El Corte Inglés de Callao, en la cafetería, donde un bullicio considerable no apaga la voz de Azpiri. Con sus inseparables gafas de cristales ahumados, un jersey rosa palo y una bufanda azul tirando a celeste, Azpiri es uno de esos ejemplos de que la juventud es una cuestión de actitud ya que es capaz de hablar sin pausa acerca de su aportación a esos años.

Vinculado desde sus inicios al mundo del cómic, la historia de Azpiri con el videojuego comenzó con Dinamic y la anécdota de Pablo Ruiz, muerto de miedo, negociando en el piso del viñetista ante uno de los grandes nombres de la historieta española.

"Recibí una llamada de un chaval, Pablo Ruiz. Yo no sabía quién era, me dijo que se dedicaba a hacer juegos de ordenador y que quería hablar conmigo con la posibilidad de hacer una portada. Le cité en mi casa y cuando abrí la puerta creí que me encontraría un empresario. Y era un empresario, pero pensaba en una persona algo más mayor y me encontré un chaval de dieciocho años. Me quedé sorprendidísimo. Me trajeron unas carátulas de unos juegos. No querían seguir por esa línea, querían hacerlas más interesantes. La primera que hice fue la de *Rocky* que, como se publicaban en casete, las hacía en un tamaño muy pequeño, en un A4. Fui ampliando con los años: pasé al A3 y al A2. Hay portadas como la de *Lorna* y *Viaje al Centro de la Tierra* que son enormes. Hice aquella primera portada con los Ruiz y creo que fue un éxito. Cuando me lo plantearon, era la visión de un trozo de la película. Como no teníamos Internet, me documenté sobre el mundo del boxeo. Vi las películas de *Rocky* y la idea fue captar el último golpe, el golpe victorioso".

A partir de *Rocky*, el nombre de Azpiri se ligó indefectiblemente a los grandes lanzamientos de Dinamic. "Empezaron a aumentar las ventas y vinieron las siguientes portadas, la de *Abu Simbel*, la de *Sgrizam*, luego *Camelot Warriors*".

Con *Rocky*, Azpiri también se enganchó al videojuego desde la faceta de jugador: "Algo conocía, pero muy poco. Sabía que existía. Cuando hice la primera portada me compré el primer Spectrum y empecé a jugar. Alucinaba viendo la transformación del *Knight Lore* en hombre lobo. Era insuperable, pensaba que no se iba a superar nunca. ¡La rehostia, ya no hay más! Fíjate en lo que se ha quedado todo eso, pero los juegos eran muy interesantes. Recuerdo pasarme horas [alarga exageradamente la o]. Con *La Pulga* mismo. Con aquel primero, el del tenis, que era lo más simple del mundo. Quién no ha pasado horas y horas delante de la pantalla. Otro al que jugué muchísimo era al *West Bank*, que hice la portada. Me lo pasaba genial. Pasé a un Spectrum más avanzando con los años, luego al Amiga… Ha habido juegos como el *F18*[168] que me tenían completamente viciado. Trabajaba todo el día y me acostaba a las seis de la mañana volando".

Eso sí, los años no perdonan y la mejora de las capacidades técnicas de los juegos trajo con ellos un

aumento de dificultad que sacó de quicio al ilustrador: "Cuando empezaron con juegos de más calidad, sacaron uno de aviones más avanzado.

— "Este me lo compro".

"Lo compré y… macho, ¡vete a la mierda! ¡Tenía que hacer un curso y no podías despegar el avión de la pista! ¡Yo lo que quería era volar, era lo que me gustaba! Antes los juegos eran jugables, ya no te digo cuando te metías en la Micromanía y sabías lo de las vidas infinitas. Es una época que recuerdo con mucho cariño".

De vuelta a los primeros trabajos de Azpiri, ya he comentado que la labor del portadista en muchos casos era fundamental para que el juego entrara por los ojos al jugador de turno, dadas las limitaciones técnicas de aquellos microordenadores. "Hay portadas que necesitaban hasta diez bocetos. Quería captar la atención del comprador, convencerle para que comprara aquel producto. Los juegos eran muy interesantes, pero gráficamente eran lo que había. Mucha gente me lo recuerda, que compraban y jugaban con lo que yo dibujaba, no con lo que había en el interior. Me decían que veían el personaje y jugaban pensando en eso".

El tiempo que Azpiri le dedicaba a una portada dependía del tamaño de la misma. Al principio, el dibujante tomó el A4 como estándar, pero poco a poco comenzó a gustarse y a meterse en obras de mayor tamaño. "Cuando trabajaba en A4 tardaba menos, cuando me fui a *Lorna*, *Viaje al Centro de la Tierra*… Prácticamente tardé una semana en hacerlas, un trabajo enorme. Pero vamos, puedo hacer una en dos, tres días".

A nivel editorial, Azpiri ha sido el primero en plasmar sobre el papel un testimonio de los 8 bits: el suyo. Bajo el título Spectrum, el dibujante publicó en 2009 una antología con todas sus portadas para estos años junto a una buena retahíla de bocetos, un trabajo de arqueología ya que tuvo que recuperar la gran mayoría de aquellas portadas, consideradas hoy piezas de museo.

"Algunas las había vendido y he tenido que recuperarlas. Ir a casas de particulares, coger los cuadros, quitar los marcos, escanearlos y volverlos a enmarcar. De *Rocky* no existe la portada, no se me devolvió. Nunca llegó a mis manos y alguien se la ha tenido que quedar porque no creo que acabara en la basura".

Volviendo a las portadas en sí, y apoyado en su propio libro que nos acompaña durante la charla, Azpiri explica con devoción algunos de los detalles de sus trabajos. El denominador común suele ser siempre el mismo: el dibujante se acercaba hasta el estudio de turno donde, sin tener ni idea del juego que iba a ilustrar, le hacían un encargo.

"*Phantomas* fue un personaje que me salió así. Te lo planteas, empiezas a hacer bocetos, a veces salen bien, a veces mal. ¿Se parece algo a lo que había en el interior? Yo creo que sí. Ya no sé si el mío está basado en el de ellos o el de ellos en el mío. ¿Por qué surgía? Yo que sé. Era un milagro, de más de la mitad de los juegos que hice no veía ni las pantallas. Me llamaba Paco Pastor:

— "¡Hay que hacer la portada de *Titanic*!"

— "¿De qué va el juego?"

— "Del *Titanic*, ¡te lo estoy diciendo!"

— "Ya, de un barco que está hundido. Hasta ahí llego. Pero… ¿qué pasa?"

— "Pues no sé, habrá un pulpo, yo que sé".

— "¿No tienes nada?"

— "No, pero la semana que viene la necesito porque tiene que salir en Micromanía".

"Pero había que hacer algo más, no iba a dar sólo el barco en el fondo. Buscabas, pensabas… va, pues dibujaré un buceador. Coño, el buceador cogido por un pulpo, pero que no se vea al pulpo, solo los tentáculos. Y entonces te planteabas el estudio del boceto, porque ya te digo que de la mayoría de los juegos no me decían nada. Me pasó algo parecido con *Mad Mix Game*:

— "Hazme una portada que llame la atención y que sea un comecocos", le pidió Pastor.

— "¿No tenéis otro juego?", bromea Azpiri, al recordar lo difícil que podía ser en algunos casos dar con la imagen que captara la esencia de un título.

Azpiri ha mencionado a Paco Pastor, con el que mantuvo un estrecho contacto a partir del 87, año en el que dejó de trabajar para Dinamic y se pasó a ERBE. El cambio de portadista hizo que algunos trabajos que Azpiri ya tenía preparados para Dinamic nunca vieran la luz, aunque sí aparecieron en revistas[169]. "Con *Lorna* comenzamos a trabajar, se grabó a la secretaria para las animaciones, se anunció la portada y quedó ahí muerto. Con Dinamic tenía varias portadas: la de *Satan*, *After the War*, que luego cogieron a Luis Royo. No pasó nada, pero yo trabajaba para todas las empresas y me llamó ERBE y Opera. Creo que los Ruiz querían una línea, diferenciarse".

Si para Dinamic el hecho de prescindir de Azpiri fue cuestión de no compartir una misma línea con su rival –"lo entiendo, nunca les he culpado de nada", asegura el ilustrador–, para el dibujante fue una cuestión puramente contractual ya que no estaba ligado a ningún estudio. "No tenía contrato, trabajaba por encargo. ERBE me llamó cuando estaba con Dinamic. Su producción era muy grande y comencé con ellos. Eran más productivos. Dinamic hacía un juego de vez en cuando".

Como se puede ver por esta cita, Azpiri trabajó para muchos estudios. Sus primeros años estuvieron dedicados a Dinamic, con portadas ligadas al imaginario colectivo como *Abu Simbel Profanation* o *Army Moves*. Pero Azpiri no fue sólo Dinamic, sus trabajos en Topo (*Silent Shadow*), Opera (*Mot*) y otras casas más pequeñas como Delta (*Sideral War*) fueron los que le labraron esa reputación de cara al jugón español.

Portada de *Viaje al Centro de la Tierra*, uno de los mejores trabajos de Azpiri.

La llegada a Topo ocasionó que Azpiri se reencontrara con un viejo compañero: "Estudié la carrera de piano y soy músico. Cuando terminé la carrera estuve seis años trabajando en un grupo. Tocábamos en las salas de fiesta y coincidía con Fórmula V muchas veces. Paco era mi amigo, él era cantante y yo pianista del otro grupo. Cuando me llamó ERBE, fui a ver al director y me encontré a… Paco Pastor.

— "Tío, ¡qué haces aquí!", ríe al recordarlo.

"Pastor levantó la cabeza y me dijo lo mismo. Yo esperaba a un director que no fuera el de Fórmula V y él esperaba a un dibujante, al que menos se podía esperar era a mí".

Con *Lorna*, Azpiri pudo desmelenarse y plasmar en una portada a uno de sus personajes icónicos.

De la etapa de Topo, Azpiri recuerda que el trabajo comenzó a salirle por las orejas, especialmente entre 1988 y 1989. No hay que olvidar que el portadista trabajaba en sus propios proyectos además de los videojuegos: "Comencé a hacer portadas con ERBE, a veces tardaba casi una semana. Un trabajo tremendo. Las que no podía hacer se las daba a otros compañeros. *Perico Delgado* se la ofrecí a un amigo porque yo no podía hacerla, ¡no me daba tiempo! Había comenzado con *Mot* en el periódico y era una época de trabajo bestial".

Si algo ha distinguido al dibujo de Azpiri en todas sus portadas han sido sus chicas. De curvas infinitas y melenas inacabables, la mujer de Azpiri se convirtió en un clásico, sobre todo a raíz de la portada de *Phantis*. "Fue la primera donde incluí una chica y siempre me decían que, donde pudiera, pusiera una chavala. Tenía que buscar la fórmula: pirata secuestrando una chica, vale. Tuareg con una chica, vale. Utilizaba ese género porque las portadas se vendían muy bien".

De su trabajo recuerda las dificultades que le supuso *Zona Cero* y guarda especial cariño a dos portadas. Una de ellas es, posiblemente, de las más recordadas del dibujante: "Me quedaría con dos pero no sabría cuál elegir: *Lorna* y *Viaje al Centro de la Tierra*. *Lorna* es… tiene novios por todos los lados. El color, por mucho que lo veas en papel, no tiene nada que ver con el original. Siempre que hago una exposición la gente ha alucinado. Porque es un color más vivo, más brillante, tiene más luz. La de *Lorna* es así (extiende los brazos para demostrar el tamaño). Las dos son impresionantes".

Azpiri recuerda que nunca le obligaron a rehacer una obra, siempre trabajó con total libertad: "Jamás [me rechazaron una portada]. Nunca he tenido que cambiar nada ni rehacer. Hablamos de algunos

elementos pero nunca me dijeron lo que tenía que hacer. Siempre he tenido libertad. Por ejemplo, la de *Satan* era sobre el diablo e hice una portada extraña, una visión mía. Nunca me indicaron. Cuando termino una portada, está terminada. Si he rechazado algo he sido yo, si algo no me gusta, lo he hecho de nuevo. Pero nunca me dijeron nada cuando llevaba los originales. Nunca. Jamás. Les dejé satisfecho en ese aspecto".

En esos siete años que van de la aparición de *Rocky*, en el 85, hasta el fin de la Edad de Oro, en el 92, Azpiri se hizo un nombre que, en muchos casos, ha aumentado su leyenda hasta tal punto que se podría decir que es más conocido por su trabajo en ese corto periodo de tiempo que por el resto de su carrera. Gonzo Suárez, que colaboró con él en Opera y con el que todavía mantiene relación, lo tiene clarísimo: "Azpiri es consciente, curiosamente, que le han dado más rédito sus portadas de videojuegos que todo su pasado –ríe–. Cuando estamos en una feria viene gente para que firme el libro de las portadas o las carátulas de los juegos. El videojuego comenzó a copar mercado en Europa sin molestar a nadie. Pero en España hizo un destrozo en el cómic. En Francia esa tradición sigue viva, en España hizo un destrozo, el friki del cómic se fue al videojuego. Un desplazamiento vertical. España era un gran productor y Alfonso era un gran dibujante. El mundo del cómic conocerá a Azpiri, está claro, pero no tiene parangón con la gente que ha vivido y que ha mamado sus carátulas. Le daba fuerza a la portada y, además, se distinguía de los productos extranjeros que iban más al formato foto, al formato composición. Ahí fue importante el ojo de Pablo Ruiz que fue el que quiso aportar algo nuevo".

Esa novedad para las primeras portadas de Dinamic se convirtió en un icono del videojuego español. Ya lo dice Gonzo, el jugador de videojuegos de los ochenta en nuestro país está ligado, para siempre, al arte de Azpiri.

167. Aunque en juegos como *Mot* y *Lorna* sí que hizo algún gráfico, un hecho comprensible ya que se trataba de adaptaciones de sus propias obras.

168. Si se refiere a un juego para 8 bits debe ser *F-15* o alguno de los *F-16* que aparecieron entre 1987 y 1991. Manuel Sagra cree que se trata de *F/A-18 Interceptor*: "Me suena que me lo comentó cuando lo entrevisté en su día".

169. Las portadas de *After the War*, *Lorna* o *Vega Solaris* aparecieron en un anuncio a doble página que Dinamic colocó en Microhobby. Microhobby, n. 104, pp. 38-39.

Tan solo dos años después de la bajada de precios, el mercado español comenzaba a dar muestras de agotamiento. Podría parecer lógico ya que a finales de la década se estaba produciendo la transición hacia los sistemas de 16 bits, especialmente representados en Atari ST y Commodore Amiga. Pero la realidad en España era otra bien diferente.

No voy a adelantar los acontecimientos que narraré llegado el momento de hablar de la crisis, pero el 89 fue un buen ejemplo de porqué el videojuego español se fue al garete. Ante una situación de transformación, nuestra decisión fue cruzarnos de brazos y dejar escapar el tren. Y, ojo, me refiero tanto a consumidores como a productores. La piratería volvió a hacer de las suyas en los nuevos sistemas, cuyos precios eran más caros, y los estudios no supieron, o no quisieron, dar el paso a los 16 bits, una apuesta que requería un salto económico, tecnológico y empresarial.

Después del mogollón de lanzamientos de 1988, Topo volvió a cambiar de filosofía con la llegada del nuevo año. Si primero se había impuesto la lógica de tirar de programadores externos coordinados por un pequeño grupo en las oficinas de ERBE, y en el 88 se había pasado a construir el mayor estudio español sin reparar en gastos ni en lanzamientos, el 89 lo basó en dos pilares: potenciar el desarrollo para 16 bits y prestar especial importancia a los juegos deportivos basados en caras conocidas.

Este segundo punto fue una consecuencia directa del descomunal éxito de *Emilio Butragueño Fútbol*, que demostró una vez más al *software* español que la mezcla de un juego correcto, un deportista de elite y una campaña de publicidad considerable repercutían directamente en las arcas del estudio.

En lo relativo a los 16 bits, ya he explicado que el 89 es el año en que la siguiente generación de ordenadores comenzaba a pegar fuerte en el extranjero a diferencia de España, donde el mercado todavía era muy reducido. Esto colocaba a las compañías en una posición complicada, ya que los juegos de 8 bits tenían tirón en nuestro país pero nulo atractivo fuera de nuestras fronteras y con los de 16 ocurría lo contrario. La cita de Rafa Gómez lo ilustra perfectamente: "Se creó un pequeño departamento para hacer juegos para Atari, el ordenador de 16 bits más prometedor junto al Commodore Amiga. Se hizo alguna cosa pero aquello no daba ni de lejos el dinero que daban los 8 bits[170]".

Publicidad de *Viaje al Centro de la Tierra*. Topo se encargó de alimentar el hype con la coletilla del "programa más ambicioso del *software* español".

Fue así como, en una maniobra para tener contentos a todos los sectores, Topo decidió cambiar de estrategia. "Los 8 bits empezaban a decaer y llegaban los 16. La intención era crear un nuevo equipo con juegos más ambiciosos. Fue el planteamiento de *Viaje al Centro de la Tierra*", explica José Manuel Muñoz. Es Rafa Gómez quien completa la génesis del proyecto y las intenciones de Topo respecto al mismo: "Fue concebido como un megaproyecto de 16 bits con ambición de publicarse internacionalmente aunque tampoco se quería descartar el mercado de 8 bits. También se comenzó a desarrollar para Spectrum por Carlos Arias, que sólo pudo hacer la primera fase del mapa".

Viaje al Centro de la Tierra se convirtió en el gran proyecto de Topo para el 89. Basado en la obra de Julio Verne, el juego fue un parto doloroso en el que al estudio se le fue dinero a manos abiertas. La primera noticia del mismo no llegó hasta octubre, cuando Microhobby desvelaba el proyecto y entrevistaba a Nieto[171]. El líder de Topo daba más detalles del mismo y resumía así la estrategia empresarial del estudio a lo largo de ese año.

"El proyecto nuestro de este año, por encima de cualquier otro, [...] es un juego que se llama *Viaje al*

Centro de la Tierra. Es el proyecto más largo, más costoso, en el que han intervenido más personas en la historia del *software* español y yo diría que incluso del europeo. […] Pretende ser el lanzamiento internacional de Topo en todos los sentidos".

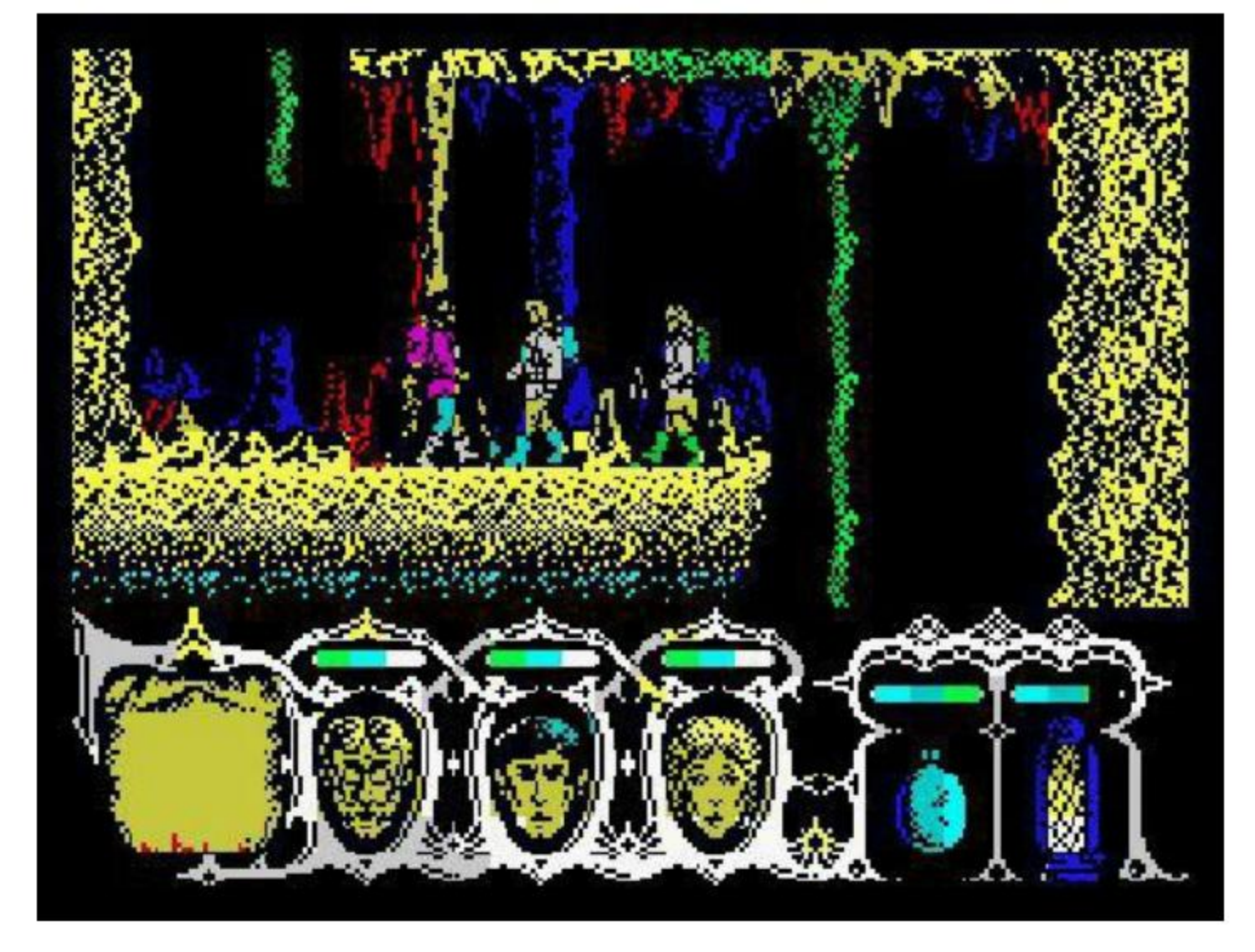
Las palabras de Nieto demostraban la ambición del estudio. Era tan grande, que Topo pretendía colocar el juego en Estados Unidos, mercado vetado por completo a cualquier producción española hasta ese momento: "El problema es el mercado americano, en el cual es muy difícil entrar. Les hemos enseñado el juego y varias compañías están muy interesadas en él. […] Es un proyecto muy ambicioso. En el tiempo que llevamos haciendo este programa podíamos haber hecho dos, incluso de mucha calidad, pero el problema, que a su vez es su mayor virtud, es que es un juego que lleva cuatro partes que son cuatro juegos completamente diferentes. Es como hacer cuatro proyectos y venderlos juntos. Podríamos incluso vender cada uno de ellos por separado. Pero lo hemos hecho así porque somos conscientes de que para entrar en ciertos mercados o lo haces con un producto muy fuerte o no entras. Lo que nos interesa es abrir mercado en Estados Unidos".

En la charla, el mismo Nieto explicaba la nueva filosofía: "Hemos cambiado de política. El año pasado teníamos una presencia continua en el mercado y este año hemos estado con pocos productos: *Perico Delgado*, sacaremos *Petrovic*, *Viaje al Centro de la Tierra*. […] Queremos que se hable de nosotros dentro y fuera de España y para ello tenemos que hacer más versiones y, por tanto, lanzar menos títulos".

La entrevista a Nieto es, también, un texto interesante en el que se puede apreciar la personalidad del hombre que estaba al frente de Topo. Un tipo que no se ruborizaba al sacar pecho cuando hablaba de Topo –"en España no envidio a ninguna [compañía de *software*] porque somos los que más ganamos, los que mejor vivimos y los que mejor estamos"– ni dejaba en muy buen lugar a los profesionales del sector –"[los programadores] son gente rara que viven encerrados en el mundo de la programación. Es su principal tema de conversación y no saben hablar de otra cosa que no sea de bits"–.

Este recorte, de octubre, era la continuación de una columna que Nieto publicó unos meses antes, en mayo, en Microhobby[172], y en la que, sin venir demasiado a cuento, lanzó dardos envenenados contra la competencia. No es muy difícil imaginar que, detrás de sus palabras, se escondía un ataque a Dinamic: "El *software* español […] está de moda y a ello, qué duda cabe, hemos contribuido un poco todas las empresas. […] Unos con más acierto y otros con menos; unos copando las listas reales de ventas y otros diciendo ser los que más venden, unos con imagen de líder y otros líderes en ventas […]".

"Es cierto que no hemos sido los primeros en alojar a un ilustre personaje [en referencia a Butragueño] entre nuestros muros, también lo es que, de un tiempo a esta parte nuestra posada es la más concurrida y ¡digo yo que por algo será! Algunos piensan que nuestro éxito y prosperidad se ha debido, en gran parte, al apoyo que desde la Corte del Rey Erbe I de España nos ha brindado y nada más injusto que esto, sobre todo si tenemos en cuenta que ese mismo apoyo se brindó mucho antes a otros conocidos castillos".



Detalle de *Viaje al Centro de la Tierra*, la gran apuesta de Topo para el 89.

"Pero en este país de envidias, algunos a los que se les ha acabado el pastel se empeñan en construir castillos en el aire y el aire es pasajero, efímero y pesa poco, casi tan poco como un premio[173]. Los premios son en cierto modo, como castillos en la arena que están ahí hasta que la marea llega y se los lleva".

Voy a dejar las perlas mediáticas de Nieto a un lado para regresar a la producción de Topo. Ya hemos visto que los estudios se debatían entre seguir alimentando los 8 bits o apostar por los 16, un dilema de difícil solución que Topo optó por combatir, casi, casi, en igual medida. El 89 se cerró con seis lanzamientos de los que cinco serían para las máquinas "de toda la vida" (Spectrum, Amstrad, MSX, alguna versión para C64) y el último sería la gran apuesta del año para todas las plataformas posibles.

Viaje al Centro de la Tierra era, no hay que olvidarlo, el primer gran proyecto que Nieto cogía de cero y en el que asumía el papel de productor con un equipo muy numeroso. En ese equipo también estuvo Rafa Gómez, que lo recuerda perfectamente: "La intención era invertir en juegos de calidad, no de consumo rápido. Se negoció exportarlo con alguna de las distribuidoras internacionales más potentes, creo que Activision. Se invirtió dinero, contrataron a más gente y se iba a sacar una versión de PC, una para Atari y otra para Amiga. La versión de 8 bits prácticamente se despreció, porque la de 16 iba a ser la megahostia y se iba a vender mucho. Estuvieron como un año dándole vueltas al juego pero no hacían nada más que cambiarlo, no llegaban a concretar nada. Al final, después de prácticamente un año y de haber invertido una pasta importante, no había juego".

El proyecto comenzó a retrasarse y se convirtió en un callejón sin salida hasta que, una vez más, le tocó a Gómez sacar las castañas del fuego: "Se quería hacer el juego más grande de la historia. Yo estaba en el grupo de los 8 bits que era el equipo paria. Nos decían que nos íbamos a extinguir como los dinosaurios. Los de 16 bits eran las máquinas, el futuro y a mí no me invitaban a las reuniones. Preguntaba por los retrasos:

— "¿Habéis decidido algo?"

— "¡Qué va! Aquí cada vez quieren cambiar una cosa con otra".

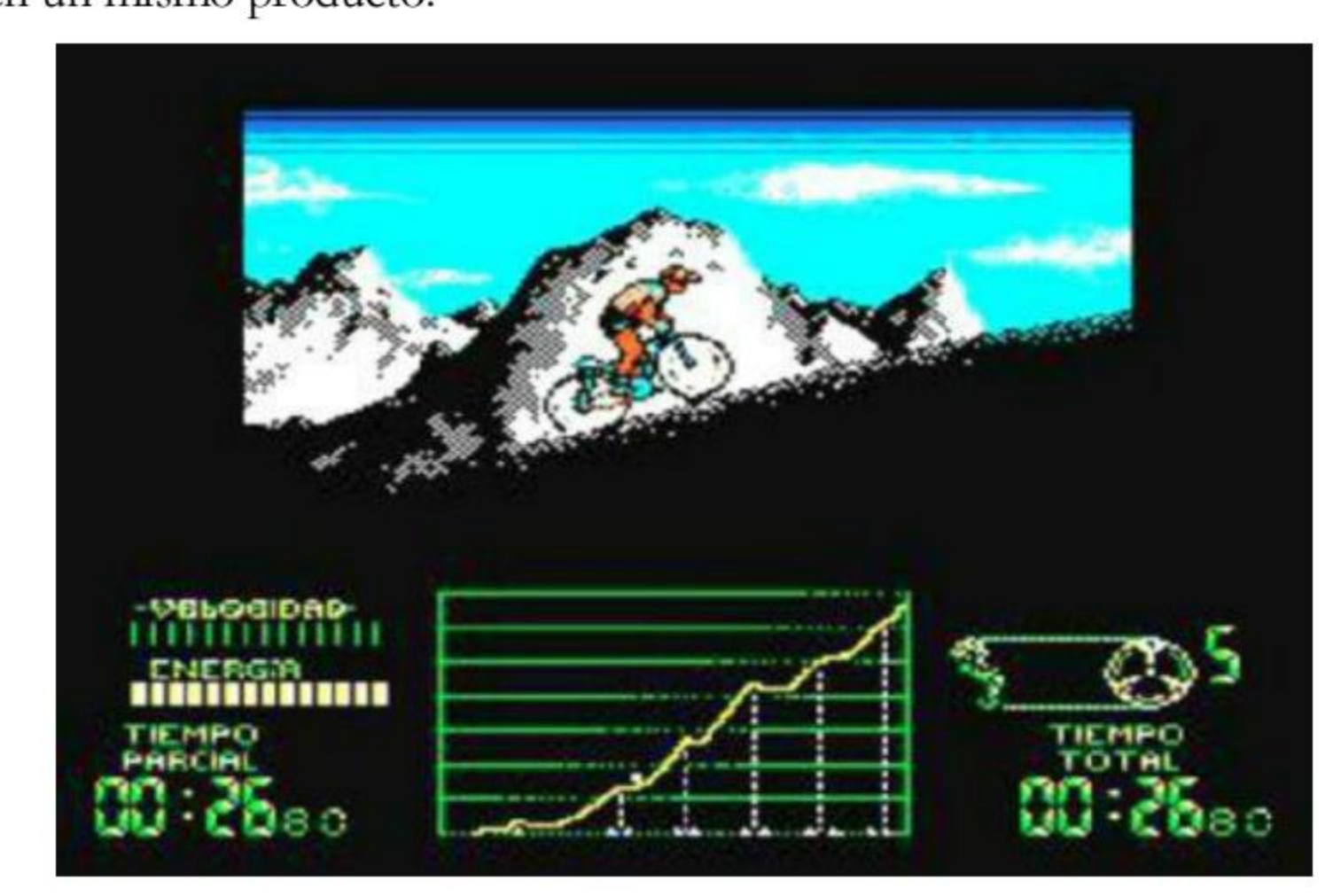
"Era un proyecto personal de Gabriel Nieto y no supo sacarlo adelante. No llegaron a concretar y después de un año no tenían nada. Activision llegó a un momento que con lo poco que vio dijo que no lo iban a publicar. Pues nada, todo el mundo a la calle. Y despidieron a parte del equipo de 16 bits. El problema es que tenían ahí una rémora, un número negativo, porque habían estado gastando durante un año en un equipo importante de gente y no tenían juego. El único modo de rentabilizarlo era hacer una versión de 8 bits que se vendiese y como habían caldeado el ambiente en los medios diciendo que iban a hacer un juego que era la hostia, pues se esperaba algo así. Al final, como siempre –ríe–, me dijeron:

— "Tienes tres meses para hacerlo. Cuatro fases".

"Hicimos un juego de *Viaje al Centro de la Tierra* bastante decente para lo que había[174]. Hice lo más decente que pude en el poquito tiempo que tenía pero creo que se rentabilizaron ligeramente las pérdidas, sobre todo por los despidos, las indemnizaciones de tanto personal. Despedidas que tenían sueldos altos y les caía una buena indemnización. Que muchos estaban encantados. Se hicieron las cuatro fases que fueron las que se publicaron y tuvo buena acogida. Nos dieron el premio al juego del año[175]".

Efectivamente, *Viaje al Centro de la Tierra* ganó el premio al juego del año pero su travesía por las listas de éxitos duro tan sólo cuatro semanas. Sin las cifras de ventas es imposible aventurarse a hacer un balance de lo que supuso el título para el estudio, pero teniendo en cuenta el fuerte desembolso de un proyecto que llevó más de un año, se puede interpretar que la jugada no le salió excesivamente bien a Topo.

Donde el estudio sí que supo manejarse con soltura fue en el ámbito de los deportes. Al estratosférico éxito de *Emilio Butragueño* le siguió una secuela que, esta vez sí, ERBE compró a Gremlin Graphics. La distribuidora se hizo con *Gary Lineker's Superskills* y *Gary Lineker's Hot Shot!* para competir así con *Míchel* de Dinamic. Como el de la competencia, era un juego que mezclaba la doble carga para juntar dos títulos de fútbol en un mismo producto.



La cronoescalada de *Perico Delgado, Maillot Amarillo* acabó con muchos teclados españoles.

Pero además de la ración de fútbol, Topo se atrevió a aventurarse con dos nuevos deportes. El primero, ciclismo, vino de la mano del reciente ganador del Tour de Francia, Perico Delgado [176]. Delgado había triunfado en la ronda gala del 88 y puso su imagen a un título que era el primero de ese estilo que se hacía en nuestro país y por el que, lo siento, tengo una debilidad personal.

Los amantes del ciclismo lo hemos tenido crudo al buscar juegos que nos permitan vivir la emoción de las grandes rondas por etapas. Hasta la salida de la franquicia *Pro Cycling Manager*, a principios del siglo XXI, se podían contar con los dedos de las manos los juegos basados en este deporte. Perico Delgado era uno de ellos y, además, uno muy divertido.

Programado de nuevo por Rafa Gómez –"me lo encargaron y yo no tenía ni idea de ciclismo. Creo que el juego era original. ¿Está bien como simulador?", pregunta–, *Perico Delgado Maillot Amarillo* nos ponía en la piel del segoviano a lo largo de cuatro etapas completamente diferenciadas: una llana, una cronoescalada, un descenso y un *sprint* que daban al título una gran variedad.

El encargo llegó a raíz del fichaje de Perico y Gómez recuerda que tuvo un trabajo considerable. "También era un proyecto con urgencia y con poquito tiempo. Siempre que había un marrón de esos me lo colocaban a mí porque sabían que era el único que podía hacer algo decente con un tiempo limitado. [La cronoescalada] tenía su rollo porque ten en cuenta que había un trasfondo matemático fuerte porque debías jugar con el tema de los engranajes, la subida y las inclinaciones y además ceñirte al terreno. Todo estaba calculado a mano, tenía un curro importante".

El andaluz, siempre con una broma a punto, también señala que no dejó pasar la oportunidad para darle un toque de humor al juego: "Había una coña en la fase del *sprint* final que si dejabas al tío parado, llegaba una viejecilla con una silla de ruedas y te adelantaba".

El juego, lanzado en mayo del 89 para coincidir con el Giro de Italia, obtuvo buenas críticas[177] en la prensa especializada, que destacaban sus cuatro fases independientes, y tiene un lugar en el corazoncito de los seguidores del ciclismo. Todo lo contrario le sucede *a Drazen Petrovic*, título de baloncesto que no se hizo tan sólo con la intención de poner la cara del malogrado croata a un juego sino que las malas lenguas dicen que hubo otras bien distintas.

La historia, aparecida en los medios, fue la siguiente. Topo fichó a Petrovic [178] sobre el mes de marzo. A la habitual millonada que el estudio pagó al deportista, se puso una cláusula en el contrato que obligaba al baloncestista a devolver el dinero e indemnizar a Topo con nueve millones de pesetas si Petrovic se marchaba del Real Madrid durante el lanzamiento del juego. ¿Qué ocurrió? Que Petrovic emigró a la NBA al finalizar la temporada 89, es decir, que a la vuelta del verano ya se encontraba al otro lado del charco entrenando con Portland Trail Blazers. Supuestamente, esta maniobra ya la conocía su manager, amigo de los responsables de ERBE, cuando se firmó el contrato.

Resultado, jugada maestra para Topo que lanzó el juego en octubre y se embolsó la citada cantidad [179] aunque Paco Pastor asegura que la cláusula se incluyó porque ya se sabía que Petrovic se iba a marchar: "Recuerdo esa cláusula, que se puso, pero no porque lo supiéramos, sino porque se conocía esa posibilidad. Pero a nivel de todo el mundo. Efectivamente, el manager era amigo nuestro, habíamos hecho tratos con él previamente".

En definitiva, ¿qué tiene que ver toda esta historia con el juego en sí? Pues que Topo, con las prisas por sacar el juego lo antes posible y hacerse así con la indemnización, se apresuró con el desarrollo, lo que desembocó en un total desastre. El juego, al que ni Microhobby salvó de la quema –"¿Canasta?",

rezaba una crítica que le daba un seis de valoración[180]–, fue un desastre en todos los sentidos, motivado por las prisas con las que salió a la venta. "Era una mierda. Lo hizo Eugenio [Barahona] y era consciente de que era una mierda", bromea Rafa Gómez.

El año de Topo lo completaron otros tres lanzamientos, que llegaron a la calle en los primeros meses. De estos tres, *Score 3020* es uno de los últimos trabajos de Cancho en Topo, al que Nieto despediría durante el desarrollo de *Viaje al Centro de la Tierra*. *Score 3020* fue otra idea ajena que el responsable, según palabras del grafista, tomó como propia para darle su visión. El proyecto de Eugenio Barahona, original, pretendía trasladar el concepto del *pinball* a un escenario bélico. Como bien dice Cancho cuando habla del juego, "sólo se salva la música de 'Gominolas'".

El drama de *Score 3020* fue que se convirtió en un *pinball* incontrolable, y cuando digo incontrolable me refiero a que la bola hacía lo que le daba la real gana, con una dificultad a la altura de la leyenda del *software* español. Su mayor defecto, no plantear al jugador ningún objetivo.

La anterior cita de Cancho no era gratuita, ya que la idea original del juego había sido suya: "Esos eran los resultados que se lograban cuando se dejaba a Nieto tomar las riendas de un proyecto. A Paco Pastor le chiflaban los *pinball*, le recordaban sus años adolescentes tanto como a nosotros los juegos de Spectrum. De no haber tenido ese interés, Gabriel nos hubiera dejado hacer ese proyecto en paz. La idea inicial del proyecto era muy, muy diferente. Por lo menos, mucho más jugable. Nieto deshizo casi todo el mapa inicial y lo recreó personalmente. No es que diera órdenes de cambiarlo: pidió que le pusieran el programa mapeador en un Spectrum y que le enseñaran a manejarlo. Cuando aprendió a colocar elementos en la pantalla, su método era este: quitaba todos los elementos de las pantallas que yo había mapeado excepto los contornos, que los dejaba en blanco, y después situaba a capricho elementos sueltos. Quiero suponer que lo hacía con la intención de hacerlo parecer un *pinball* más convencional, pero con muy escasa pericia".

"No lo hizo con todas las pantallas, pero sí con las de la primera parte del juego que a fin de cuentas eran las que vería todo el mundo, supongo que simplemente se cansó o que pensó que era suficiente para enseñárselo a Pastor por si quería verlo. Y así se quedó, tal como él mismo lo hizo".

Tuareg y *Metropolis* completaron la lista de lanzamientos de Topo durante el 89. El primero, aparecido en marzo, fue una videoaventura ambientada en Marrakech en la que debíamos salvar a la hija de un sultán. Muy buenas críticas para un juego que, con los años, no ha sobresalido entre los más recordados del estudio aunque tiene un aspecto gráfico digno de mención. Lo mismo le sucedió a *Metropolis*, un *arcade* de corte futurista que fue el proyecto en el que se enroló José Manuel Muñoz a lo largo de los primeros meses de ese año, y que *homenajeaba* a otra recreativa de Capcom, *Trojan*.

Con los problemas derivados del desarrollo de *Viaje al Centro de la Tierra*, Topo afrontaba la siguiente década con las fuerzas mermadas. La llegada de las consolas en 1990 iba a suponer un golpe por partida doble para el estudio.

170. Una cita de Víctor Ruiz en el documental de la Edad de Oro, lo reafirma: "En España, Commodore no llegó a tener un parque de Amiga instalado como para que fuera un mercado suficiente".

171. "Queremos que se hable de Topo dentro y fuera de España". Microhobby, n. 192, pp. 6-7.

172. "Una paradoja para quien la coja". Microhobby, n. 189, p. 6.

173. La referencia es clara al premio al mejor juego del año que Dinamic obtuvo en el 87 con *Fernando Martín* y en el 88 con *Navy Moves*.

174. De hecho, el título estaba planteado como un juego con cinco fases, pero Gómez recuerda que no les dio tiempo a acabarlo.

175. En efecto, *Viaje al Centro de la Tierra* se llevó el premio al mejor juego de 1989 por delante de *Batman*, *Ghostbusters* o *La Aventura Original* de Andrés Samudio y Aventuras AD.

176. "Topo ficha a Perico Delgado". Microhobby, n. 186, p. 4 / Perico Delgado ¡ciclismo! Megajoystick, n. 6, p. 13.

177. Microhobby le dio una nota algo inferior al nueve, Amstrad Sinclair Ocio la subió directamente al nueve. Microhobby, n. 189, pp. 40-41 / Amstrad Sinclair Ocio, n. 3, p. 13.

178. "Drazen Petrovic se une al equipo de Topo". Microhobby, n. 187, p. 4. / "Fichaje de tres puntos". Micromanía, época 2, n. 11, p. 16.

179. "La suerte de ERBE-Topo con el caso Petrovic". Microhobby, n. 192, p. 4.

180. Microhobby, n. 193, p. 28.

Después de dos años de opulencia gracias a la bajada de precios, Dinamic comenzó a notar como cualquier otra compañía las consecuencias de una crisis que se veía venir a lo lejos pero que no por ser lejana iba a desaparecer de la vista. Pese a todo, fue posiblemente la firma de las que se habla en este libro que mejor salió del pasó durante este año con una producción todavía notable, hasta ocho juegos, y otro puñado de títulos para el recuerdo. Y todo ello sin olvidar que, en este 89, se cumplía un lustro desde la salida de *Yenght* y *Artist* y de la creación del estudio.

Dicha fecha no llegó hasta mayo, y antes del aniversario vio la luz *Comando Tracer*, título desarrollado por Zeus Software, los mismos que ya habían lanzado *Hundra* y *Delfox* con el estudio unos meses atrás y que tendrían un papel importante en el 89. El juego era un *arcade* bastante original que pasó desapercibido en su momento pero que con el tiempo se ha ganado un cierto reconocimiento.

En mayo la compañía celebraba su quinto aniversario con un lanzamiento por partida triple. Por un lugar, con uno de esos más que esporádicos lanzamientos para Gunstick (aunque también tuvo su versión con controles habituales) de nombre *Bestial Warrior* y desarrollado de nuevo por Zeus Software. A éste el tiempo no le ha tratado tan bien, siendo un *arcade* estos de dificultad endiablada.

Algo más de bombo recibió *Rescate Atlántida*, un título que esta vez llegaba de manos de Creepsoft, grupo encargado de desarrollar *Astro Marine Corps*, una de las apuestas más fuertes de la firma para finales de ese mismo año. *Rescate Atlántida* se convirtió en otra de esas joyas que quizá no se recuerdan con el tiempo pero que demuestran hasta que punto se podían exprimir los 8 bits para lograr un *arcade* en el que nos sumergíamos en el mar en busca de la ciudad perdida.

Con este trío de lanzamientos Dinamic se plantó en el citado mes de mayo, cuando la vela de la tarta de cumpleaños llegó hasta el cinco. Para conmemorarlo, el estudio lanzó un recopilatorio con algunos de sus títulos más significativos (y para hacer caja con aquellos que ya llevaban un buen tiempo fuera del mercado) en una de esas ediciones *de lujo*, por decirlo de alguna manera, como las de *Aspar* o *Navy Moves*. La mayor novedad era un libreto donde se explicaban esos cinco años de videojuegos con ilustraciones y bocetos referentes a los juegos más significativos. Sobre decir que hoy en día es una pieza de coleccionista.

La llegada del quinto aniversario no marcó ni un antes ni un después, pero se enclava de lleno en ese momento del estudio en el que Víctor y Nacho se alejan cada vez más de los teclados para pasar a labores de supervisión. Lejos quedan los días en los que cada hermano sacaba un proyecto por sí mismo para pasar a una estructura mucho más profesionalizada fruto del crecimiento de los últimos dos años.

"Desde *Navy Moves* se comenzó sólo a producir en lugar de diseñar y producir", explica Víctor.

"Los desarrollos se volvieron multidisciplinares –aclara Pablo–. Hacía falta mucha gente y no podías hacerlos tú. El cambio no lo hicimos nosotros, lo hizo el propio mercado. Para hacer un juego de siete formatos y con esa intensidad necesitabas dibujante, grafismo, programadores de Amiga. Nacho pasó a ser productor".

Fue en esa dinámica con la que, en pleno verano, salió una de las joyas históricas del catálogo y, posiblemente, el mejor título del estudio para ese año: *After the War*.

"Para mí, el mejor juego que hemos hecho nunca es el *After the War*, que es una maravilla", se lanza Pablo.

"En *After the War* hice producción y gráficos. Programación, cero", explica Nacho.

El proyecto tenía miga, porque fue uno de esos juegos que Dinamic había anunciado tiempo atrás pero que nunca habían visto la luz. De hecho, Azpiri llegó a diseñar una portada que apareció en las páginas de Microhobby[181] y de la que nunca más se supo. La misma revista se hizo eco del asunto cuando anunció la definitiva salida del título[182] que tenía en portada a la otra firma estrella de la casa: Luis Royo. El proyecto, que debió estar largo tiempo en la cabeza de los Ruiz, arrancó cuando el ilustrador de las primeras grandes portadas todavía estaba en la lista de colaboradores y no vio la luz hasta que Royo se había consolidado como la cara de los grandes lanzamientos de Dinamic.

Puede que dentro del imaginario colectivo *After the War* no ocupe el primer lugar en una lista de los grandes éxitos de Dinamic, pero es innegable que técnicamente supuso un nuevo salto de calidad. Curiosamente, por mucho que los Ruiz digan que estaban alejados de esa primera línea productiva, en *After the War* se volvió a ver su mano para hacer de la doble carga una nueva fusión de géneros pasados por su tamiz.

"Después de estar todo el día trabajando, bajábamos a las recreativas de Gran Vía 51", explica Pablo.

"Para ver las máquinas, el nuevo *After Burner*", interrumpe Víctor.

"La mayor parte del tiempo la pasaba detrás de Nacho viéndole jugar, porque yo era muy malo –confiesa Pablo–. Estaba el *Rolling Thunder*, el *Ghosts and Goblins* y luego todo eso se te quedaba y lo querías plasmar".

"La primera carga del *After the War* es un *beat 'em up*[183], la segunda parte con la catacumba y la metralleta fue la primera vez que vi que cuando disparabas sólo se veía dónde daba la bala", resume Nacho.

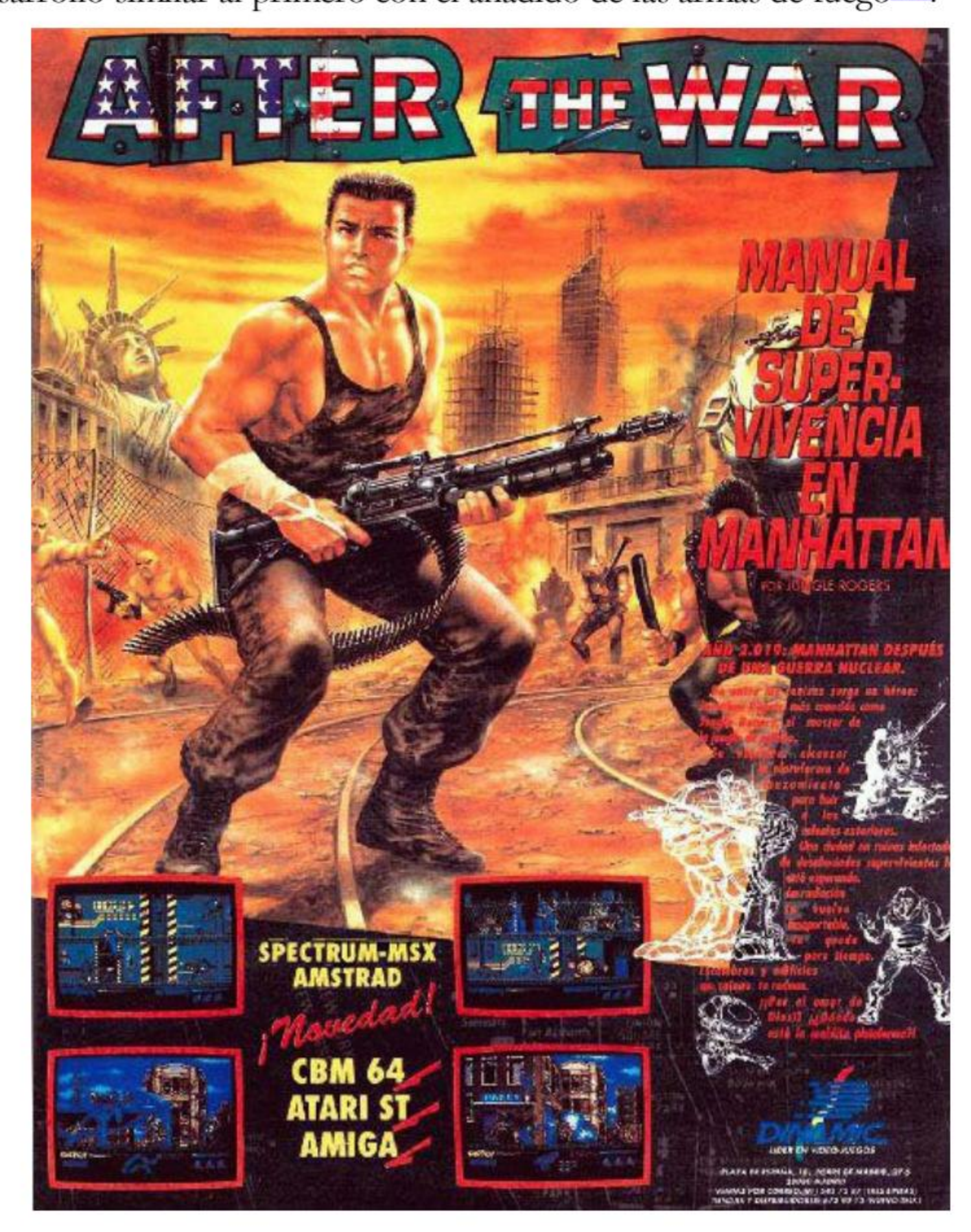
El caso de *After the War* tiene visos de parecerse al de *Lorna*. Aunque ninguna de las partes asegura recordar con claridad qué pasó, ambos proyectos tienen toda la pinta de haberse puesto en marcha a níveles muy primarios en su momento (tan primarios como tener la idea en un papel y la portada diseñada para ver por dónde iban a ir los tiros) y acabar abandonados en un cajón hasta que alguien decidió retomar la idea.

No parece que *After the War* sufriera ningún retraso ni que estuviera en producción durante más tiempo del normal, aunque sí que fue un ligero dolor de muelas en sus versiones de 16 bits, que en aquel momento eran las que mandaban en el panorama europeo.

"Costaron un huevo. Las versiones de 16 bits fueron un auténtico parto por la cantidad de gráficos y programación que necesitaron –se sincera Nacho–. Para las de 8 hubo que hacer malabarismos para meter tantos gráficos y programación en tan poca memoria".

Nacho se refiere al mogollón que Dinamic creó para el título. Dividido en las conocidas dos cargas, en la primera el juego se situaba en un Manhattan devastado por una guerra nuclear del que destacaban unos gráficos muy logrados para la época. El juego tiraba de personajes que ocupaban gran parte de la pantalla, dejando de lado el minimalismo de los primeros años. El objetivo, abrirse paso entre montones de matones, muy al estilo *Streets of Rage* Para la segunda carga Dinamic aparcó los puños y sacó a pasear

el plomo en un desarrollo similar al primero con el añadido de las armas de fuego[184].



Para Pablo Ruiz, *After the War* es uno de los mejores títulos que manufacturó Dinamic. Parte de razón no le falta.

El juego fue un exitazo crítico en España, Microhobby le puso un 9,5[185], la nota más alta que cosechó un juego de Dinamic en la revista, y en el extranjero no funcionó mal, con críticas que se colocaban en torno al siete. Pero era un género que aunque no estaba demasiado explotado en España, comenzaba a sufrir cierta saturación en Europa.

MICHEL JUGARÁ CON DINAMIC

Tras varios meses de conjeturas y especulaciones, Dinamic nos ha dado a conocer uno de los secretos más celosamente guardados de su historia: el fichaje de Michel para dar título a un simulador de fútbol.

Según el propio Michel, este juego, que aparecerá en septiembre, es realmente bueno y supera en calidad y diversión a otro simulador de fútbol que un compañero suyo patrocinó hace unos meses. ¿Será verdad?

Michel sonríe junto a Víctor y Luis, de Dinamic.

Recorte de Microhobby en el que se anuncia el acuerdo entre Dinamic y Míchel.

Puede que los primeros meses del 89 fueran flojos, si nos atenemos al poco peso que han tenido con los años los lanzamientos citados. Pero los que siguieron a la salida de *After the War* fueron testigos del lanzamiento de otro par de títulos de esos que tenían el sello Dinamic esparcido por todos sus bytes.

Míchel, centrocampista del Real Madrid, se convirtió en el tercer fichaje para promocionar un título deportivo y lo hizo meses después de que Topo se hubiera hecho con Emilio Butragueño, en plena efervescencia a finales de los ochenta como líder de la Quinta del Buitre que dominaba con puño de hierro la liga española.

"Después del éxito de *Aspar*, tocaba fútbol –explica Pablo–. El primer disparo, Butragueño, que estaba arrasando por aquel entonces. Cuando ERBE se metió con Topo se quedaron con Butragueño, así que nos fuimos con Míchel[186]. Tenía un punto que era clave, porque no era sólo un juego de fútbol, sino que tenía el entrenamiento: *Míchel Fútbol Master* más *Super Skills*".

Pese a ser un título de deportes, Michel incorporó la famosa doble carga de Dinamic para darle un aire diferente a un juego deportivo. Lo hizo incorporando las citadas *Super Skills*, que no eran otra cosa que una serie de ejercicios a superar en un campo de entrenamiento y entre los que había que regatear conos, tener pericia en el control del balón realizando toques, demostrar la habilidad como pasador, rematar a puerta o anotar un penalti.

Esa variedad fue la que hizo de *Míchel* un juego diferente. Muy parecido en su concepción de los partidos al *Emilio Butragueño* de Topo, el punto del entrenamiento le daba una cierta personalidad para diferenciarse de la competencia.

Lanzado en octubre, *Míchel* fue la primera piedra de los estrenos navideños y tuvo su continuación en otros dos títulos en noviembre. *Astro Marine Corps*, también conocido como *AMC*, salió de las manos de Pablo Ariza, que ya se había encargado de escribir *Rescate Atlántida*. Era otro *arcade* al estilo *After the War* de nuevo con un apartado visual muy logrado y que demostraba que Ariza sabía exprimir como pocos en nuestro país el *hardware* de 8 bits.

También de noviembre fue la continuación de *Freddy Hardest*. Y este es un caso extraño porque es de las pocas secuelas que Dinamic lanzó cuando la crisis comenzaba a hacerse notar para rentabilizar nostalgias pasadas. El estudio, a diferencia de lo que sí que hicieron otras casas de *software*, no optó por

este camino. De hecho, el único juego con un dos en su título es *Phantomas* y ya hemos visto por qué en su día decidieron editar ambos títulos a la vez.

Con *Freddy Hardest* sucedió algo parecido. El juego nació al otro lado del charco en el seno de un estudio llamado Iron Byte y con sede en Uruguay, como explica Pablo: "Nos mandaron un juego[187] y vimos que cambiando los gráficos podía ser *Freddy Hardest en Manhattan Sur*. Eran muy buenos programadores pero les faltaba producción."

Desgraciadamente, esta secuela de *Freddy Hardest* no estuvo a la altura de su predecesor pero el hecho de salir a bajo precio en Inglaterra le hizo gozar de cierto recorrido en las islas. Apareció con el nombre de *Guardian Angel* y fue otro de esos juegos que Steve Cook colocó a Codemasters en su día. El título, una vez más, era otro *arcade* de corte callejero a lo *After the War* que no pasó a la historia.

Posiblemente *Freddy Hardest en Manhattan Sur* fue uno de los títulos más flojos de este 89, pero del vínculo creado entre Dinamic y Iron Byte nacería unos meses más tarde una de las últimas joyas de la casa madrileña. Aunque antes de adelantar acontecimientos aún quedan dos títulos de los que hablar, uno de los cuales fue objeto de una supuesta polémica que luego resultó no existir. Llegado diciembre, Dinamic lanzaba *Satan*, título en el que Nacho trabajó más cerca que de costumbre y que se convirtió en el primero que se distribuyó en el extranjero bajo el sello Dinamic UK ya sin el paraguas de Electronic Arts.

Pero la polémica estaba servida cuando Microhobby[188] anunció que U.S. Gold estaba estudiando tomar acciones legales contra Dinamic alegando que la primera carga de *Satan* no era otra cosa que una copia de *Black Tiger*, conocida recreativa del momento. El caso no era nuevo, a lo largo de este relato hay varios ejemplos de títulos que se basaban, en mayor o menor medida, en ideas que poblaban las salas recreativas. Pero el parecido entre *Satan* y *Black Tiger*, que lo había, no era ni mucho menos el más sangrante que he citado y el hecho de que existiera una segunda carga que nada tenía que ver con el título de U.S. Gold hacía aún más endeble la acusación.

Después de la humareda que levantó la revista, nada más se supo. Es más, Dinamic asegura que nunca tuvieron ningún problema con U.S. Gold: "Nacho era un jugón de muchos juegos e intentaba mezclar lo que le gustaba –apunta Pablo–. De hecho, me reuní con el director de U.S. Gold de aquella época, que decían que acabamos mal, Roger Swindells, y nos llevábamos de maravilla. Habíamos hecho mogollón de juegos juntos, porque era accionista de Ocean, tenían participaciones cruzadas. Seguimos siendo amigos y seguimos teniendo negocios".

"La primera parte siempre eran homenajes –vuelve a repetir Nacho–. Y la segunda… para fumar. La del *Satan* era una fumada".

"Con un mago gigante por ahí", interrumpe Víctor.

El juego volvió a poner a Dinamic en la picota a nivel europeo, donde esta vez sí lograba críticas más que buenas en Inglaterra (Crash, Your Sinclair o Sinclair User lo calificaron en torno al ocho), éxito que incluso llegó a países como Italia, Suecia o Alemania[189].

Para acabar con el año, de *Capitán Trueno* podríamos decir que fue otro de esos juegos de Dinamic que pasaron desapercibidos a nivel mediático. Y es una buena excusa para volver sobre ese vacío que Microhobby hizo al estudio de los Ruiz, que había perdido peso en las páginas de la revista de manera más que considerable durante los últimos dos años en los que Topo había entrado con todo en el mercado.

Por mucho que Microhobby dijera que los mejores días de Dinamic habían pasado, un hecho que

Pablo Ruiz ni siquiera se atreve a considerar, lo cierto es que el fin de década de Dinamic estuvo a la altura de su leyenda.

Capitán Trueno era uno de esos títulos que, de haber salido antes, habrían obtenido mayor reconocimiento mediático y, por tanto, mejores ventas. Concebido como una mezcla de videoaventura y de *arcade*, de nuevo con un muy buen apartado gráfico, pasó más de tapadillo también por el empeño que puso la casa en su apuesta por *Satan o After the War*.

El grafista de Capitán Trueno, Raúl Ortega, explicó en una entrevista que se puede encontrar en Computer Emuzone[190] que en su colaboración con Dinamic quedó un juego en el tintero, un tal *Alhambra Tales*, producción que se comenzó pero que nunca vio la luz. Curioso, porque de este año también era *Vega Solaris*, título que Dinamic publicitó en su día junto a *After the War* o *Lorna*, a finales del 86, y que jamás se puso a la venta.

A diferencia de *Alhambra Tales*, *Vega solaris* sí que se finalizó y es además una de esas rarezas que merece la pena descubrir, ya que proponía una aventura a pantalla partida en la que podíamos competir bien contra la máquina o bien contra otra persona. El juego, como digo, no vio la luz a finales de los ochenta, pero afortunadamente está disponible en Internet, gracias a la labor de arquelogía de sus autores y de un puñado de entusiastas de la escena retro.

Preguntado por esos títulos de los que se tiene constancia pero que nunca vieron la luz, Pablo explica los motivos de dichas desapariciones: "Veíamos muchos juegos que nos gustaban, había mucho talento. Muchos de los juegos estaban todavía en desarrollo, algunos llegaban al final sin problemas y otros o bien no se acababan o el resultado final no nos convencía".

Volviendo a los juegos que sí se pusieron a la venta, con *Satan* y *Capitán Trueno* se cierra el capítulo relativo a Dinamic durante 1989, el último gran año en cuanto a producción. A partir del 90, y hasta el final de la compañía en 1992, la firma sólo lanzó siete juegos más. Es decir, en los siguientes tres años la producción iba a ser inferior a la de los últimos doce meses. Pero antes de pasar a esos últimos años de Dinamic me he dejado en el tintero el último gran hecho noticiable del estudio durante este año: la creación de Aventuras AD.

181. Microhobby, n. 104, p. 38. La revista es de noviembre del 86 y en ella ya se anuncia *After the War* y *Lorna*, que finalmente desarrolló Topo.

182. Microhobby, n.189, p.14: "Por fin, y tras múltiples retrasos y campañas publicitarias, uno de los legendarios proyectos de Dinamic, *After the War*, se ha hecho realidad".

183. Los *beat 'em up* eran *arcades* en los que el protagonista se enfrentaba, a hostias, a un montón de enemigos. Un buen ejemplo, *Double Dragon*.

184. Lo que vendría a ser un *shoot 'em up*.

185. "Guantazos, galletas y patadas". Microhobby, n. 190, p. 33.

186. "Michel jugará con Dinamic". Microhobby, n. 190, p. 5

187. En Computer Emuzone explican que ese juego se llamaba *Katia* y que enviaron a Dinamic con la esperanza de lograr un distribuidor europeo.

188. "*Affaire* U.S. Gold – Dinamic". Microhobby, n. 197, p. 5.

189. Microhobby, n. 205, n. 5.

190. http://computeremuzone.com/?id=entrevista&pg=1

Como ya he explicado en las primeras páginas de este libro, mi intención es hacer un repaso a la Edad de Oro del *software* español centrándolo en las cuatro grandes compañías de desarrollo de videojuegos.

Podría hablar de otros muchos estudios (Iber, New Frontier, G. LL., Xortrapa, Delta) si bien la diferencia con las grandes es que su producción fue mucho menor así como la calidad de sus juegos. En definitiva, estas casas no dejaban de ser clónicas: todas producían, en mayor o menor medida, los mismos géneros.

Pero llegados a este punto del relato hay que hacerle un hueco al bicho raro, en el sentido más cariñoso de la palabra, que parió el *software* español: Aventuras AD. Ya he hablado de la aventura a lo largo de este libro, el primer juego de Dinamic, *Yenght*, fue una de ellas y fue precisamente el estudio de los hermanos Ruiz el que más cultivó el género. En los tres años anteriores había lanzado seis aventuras[191]: *Cobra's Arc*, *Arquímedes XXI*, *Don Quijote*, *Megacorp*, *Los pájaros de Bangkok* y *La Guerra de las Vajillas*. El 89 no iba a ser una excepción, pero en este caso los Ruiz decidieron crear un sello propio para lanzarlas en exclusiva.

Los aventureros eran, en esencia, un nicho de mercado en potencia. Más si tenemos en cuenta que los juegos extranjeros no se traducían y que, por lo tanto, era complicado satisfacer la demanda de todos aquellos que no tuvieran el nivel de inglés suficiente. Fue en este caldo de cultivo cuando un tal Andrés Samudio se plantó un buen día en Madrid para intentar vender una aventura a Dinamic y salió, sin comerlo ni beberlo, con un acuerdo bajo el brazo para fundar un estudio dedicado en exclusiva al desarrollo de este género: Aventuras AD.

Para dar con Samudio hay que viajar hasta Valencia, donde se dedica a la medicina, carrera que dejó durante los años de Aventuras AD pero que siempre ha sido su profesión. Hombre entrañable donde los haya, su barba de plata revela que cuenta con unos cuantos años más que la gran mayoría de personajes que pueblan este relato.

Es más, la historia de Samudio no comienza con un ZX80 o con un VIC-20, se remonta a unos años atrás: "Estaba en Los Llanos, en Venezuela, trabajando de médico, de jefe de una unidad de pediatría a mediados de los setenta. Conocí a gente que tenía mucha pasta, la familia Trujillo, y trajeron ordenadores primitivos de Estados Unidos. Luego di con un ordenador, una maquinita que no recuerdo qué era. Tenía un puntito, el famoso *Pong*, y me gustó aquello".

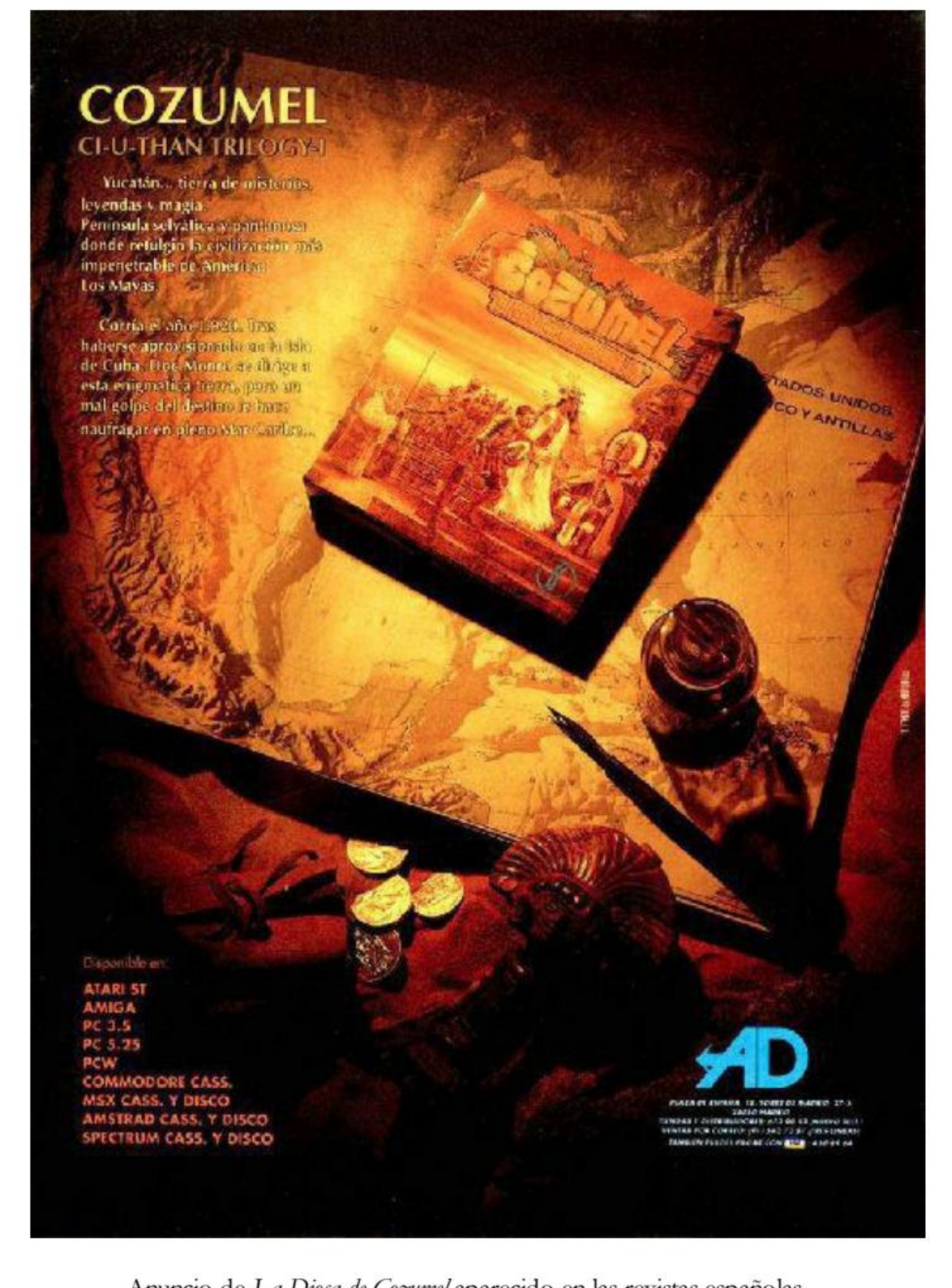
Picado por el gusanillo del videojuego, el médico decidió hacerse con los microordenadores del momento hasta que topó con la primera aventura programada para ordenadores: *Colossal Cave Adventure*[192], traducida por estos lares como *La Aventura Original*. "Volví a España y empecé como todos, con el Spectrum. Nunca había tocado un PC, excepto aquellos antiquísimos que iban con válvulas. Siempre lo evitaba, no me preguntes por qué, iba a la cosa lúdica, de juegos. Vi *La Aventura Original* en inglés y se me ocurrió hacerla en España. Viajé a Inglaterra, localicé a Level 9[193] y contacté con los que la habían hecho".

De esa primera experiencia, y de una afición innata para la escritura, a Samudio se le encendió la bombilla. "Me gusta escribir. Había jugado a todas las aventuras de Level 9 y había dos o tres que me gustaron mucho, sobre todo la original".

Puede que llegado a estas alturas te preguntes cómo narices un pediatra quería sacar adelante un juego por sí mismo. La respuesta es *sencilla*: las aventuras se programaban de manera diferente al resto de géneros gracias a una herramienta llamada parser. Hablando en plata, un parser es un programa específico diseñado para crear aventuras que facilitaba al programador todas las herramientas para desarrollarla: le permitía crear el mapa en el que se desarrollaba la acción, decidir si una puerta estaba abierta o estaba cerrada, colocar a los personajes. "Es un programa específico para aventuras. Estaba el parser Quill, el Illustrator, el GAC, Graphic Adventure Creator, que compré y con el que empecé a hacer aventuras", explica Samudio.

De ese impulso nació un juego que Samudio, inicialmente, pretendía vender en Inglaterra: "En el 87 acabé la primera aventura que, en contra de lo que la gente cree, no fue *La Aventura Original*, fue *Cozumel*. Nadie sabe que *Cozumel* la tenía vendida a Level 9, si no hubiera aparecido Dinamic... De hecho, está traducida al inglés, tuve dos traductoras inglesas. Yo hablo inglés, estudié en Estados Unidos, me gradué allí e hice antropología, pero me ayudaron con la traducción porque quería dar con lector medio que utilizaba un *slang* que no conocía. Estaba preparada para exportarse. ¡Si no la hubiera vendido aquí a lo mejor ahora estaría haciendo aventuras en Estados Unidos!"

Pero antes de cerrar cualquier atisbo de contrato con Level 9, Dinamic se cruzó en el camino de Samudio al ver el potencial de lo que se traía entre manos. "Hacíamos aventuras como *Cobra's Arc* como hacíamos cualquier otra cosa: nos la mandaban, cambiábamos los gráficos, le poníamos portada de Azpiri –recuerda Pablo Ruiz–. Con *Megacorp* hicimos una publicidad acojonante como si fuera una página de anuncios por palabras del futuro[194]. Un exitazo. Jorge Blecua hizo *Don Quijote* en la propia Torre de Madrid. Hacíamos lo de siempre, veíamos el potencial del juego, producíamos lo que podíamos para mejorarlo y le dábamos el marketing acorde para intentar vender el máximo. En esas, apareció Andrés. Andrés es un portento, un pediatra que en su tiempo libre hacía aventuras".



Anuncio de *La Diosa de Cozumel* aparecido en las revistas españolas.

En otras palabras, se juntaron el hambre con las ganas de comer. Samudio apareció con *Cozumel*, juego de una temática que le interesaba por motivos personales –"siempre me ha gustado la historia de Yucatán y por eso empecé con *Cozumel*, fue pura cosa mía, nadie me lo dijo y me lo pasé pipa haciéndola"–, y con un guión para hacer *La Aventura Original*. Dinamic decidió que Samudio era el hombre ideal para liderar un proyecto dedicado en exclusiva a la creación de aventuras en castellano, aunque para el médico la sorpresa fuera mayúscula: "Contacté con Dinamic sólo para vender mi aventura. Nada más y nada menos. Venderla y olvidarme. Cuál fue mi sorpresa cuando me llamaron, fui a Madrid y me propusieron montar una empresa, un departamento de aventuras que llevaría yo. ¡En la vida se me habría ocurrido montar una! Ellos estaban en una fase de expansión, acababan de ser nombrados empresarios jóvenes del año, estaban en la torre aquella de la Plaza de España".

Pablo recuerda que en cuanto vio el trabajo de Samudio se dio cuenta de que era el indicado para poner en marcha el proyecto: "Cuando vimos *La Aventura Original* pensamos que era la mejor aventura que habíamos visto nunca –asegura, rotundo–. Nos dijo que estaba hecha con un parser que permitía hacer versiones para Spectrum, Amstrad, Commodore… Coño, aquello era la bomba, había que darle una personalidad. Creamos el sello de Aventuras AD e íbamos a vender las de Andrés y las de todos".

Dinamic ya tenía un sello llamado AD, Aventuras Dinamic, con el que había lanzado algunas de las citadas aventuras en los últimos dos años. Con la llegada de Samudio y la necesidad de hacer un importante desembolso económico, las dos partes decidieron crear una compañía a medias. La explicación inicial de los gastos hay que buscarla en el parser que necesitaba Samudio y que le iba a costar un dineral.

"Un inglés, Tim Gilberts, acababa de lanzar el PAWS, un parser mejor que el Quills o el Illustrator. Fui a Gales, donde vivía y, sí señor, después de una opípara cena [195] el PAWS me costó 2,5 millones de pesetas de la época. Fue una estafa un poco jodida, un contrato abusivo, pero no había otra. Él estaba bastante nervioso, lo noté, era su primer gran negocio. El tío era muy joven, estaba entusiasmadísimo. Recuerdo que Víctor me avisó de que el PAWS estaba hecho para Spectrum y él creía que los tiros iban a ir por el PC".

— "¡Que van a ir al PC, si es una mierda!", replicó Samudio.

"Víctor tenía una visión más empresarial que yo, evidentemente. Al final tuvimos que pasar todo el PAWS a PC. Y mientras Tim hacía el cambio, decidimos llamarle DAAD, Diseñador de Aventuras AD. Vino su padre, su madre y al final firmamos el contrato por el cual él se comprometía a entregarnos el DAAD, enseñarnos cómo se usaba y venir a España a trabajar con nosotros por esos dos millones y medio. Lo tuve un año y pico y busqué a un programador, Juan Manuel Medina, y le dije:

— "Ven, aprende de este hombre todo lo que puedas y, cuando estés listo, me deshago de él porque no puedo pagarle más".

"Así se hizo. Juan estuvo pegado a él casi ocho meses hasta que me dijo que estaba listo y acabó el contrato. Gilberts se marchó a casa bastante cabreado, pero no quedaba más remedio. Ese contrato era bastante infumable, todos los meses había que pagarle todo aquí, en España, incluso la habitación de hotel. Las primeras aventuras las hizo él, en el resto aparecían los otros programadores".

Con un parser bajo el brazo y un experto en ese tipo de programas en nómina, Dinamic y Samudio sortearon las formalidades para poner en marcha el experimento. "Se fundó Aventuras AD, que es Aventuras Aventuras Dinamic, y compré el logo de la flechita que costó una pasta. Busqué un equipo y pactamos hacer cada aventura para estos ordenadores. En 8 bits: Spectrum, Amstrad, MSX, Commodore; en 16 bits: Atari, Amiga y PC (CGA, EGA, VGA). Había que hacerlo para todas esas y para PCW, que también las hice. Portar un juego a todos los ordenadores era una verdadera barbaridad, un trabajo ingente, espantoso".

La plantilla de Aventuras AD junto a Andrés Samudio (en el centro, con barba).

La llegada de Gilberts y el fuerte desembolso económico que supuso la compra del parser y la manutención del programador impulsaron el acuerdo económico entre Dinamic y Samudio para que este tuviera el control de Aventuras AD y Dinamic publicara todos sus juegos. "El inglés vino a vivir a España y Andrés nos lo comentó. Había problemas de dinero, pero la idea era muy potente. Como era un problema económico le dijimos que aportara algo, porque Andrés no era rico pero era médico. Así hicimos de Aventuras AD una empresa, en lugar de una marca, de la que Andrés era socio".

Samudio recuerda aquel encuentro con precisión: "En el primer contrato se estableció que aparecería primero la *Original* y luego *Cozumel*. Les gustaría más la primera, no tengo ni idea". El pediatra volvió a Valencia para reunir el equipo que daría forma a Aventuras AD con un presupuesto inicial de diez millones de pesetas: "Se pagaba a una secretaria, dos programadores, dos grafistas y el que hacía los guiones y todo el follón, que era yo. Ese era el equipo. Alquilamos un piso y estuvimos un tiempo. Y yo era un médico que se dedicaba a decir: 'abre la boca y di a'. No tenía ni idea de lo que era una empresa".

La aventura conversacional potenciaba la imaginación del jugador. En pantalla, un texto, una imagen estática y poco más. En la imagen, *La Aventura Original*.

Para no tener ni idea de cómo llevar una empresa, ese 1989 comenzó bien para Aventuras AD, que lanzó al mercado dos títulos: la citada *La Aventura Original* y *Jabato*. Contrariamente a lo que pueda parecer, y sin que ninguna de las partes recuerde el porqué del retraso, *Cozumel* no vio la luz hasta 1990.

Concebida como un homenaje a *Colossal Cave Adventure*, *La Aventura Original* es un juego que bebe del primero pero en el que Samudio se sacó de la chistera una historia que iba por su propio camino –"la modifiqué toda, y ahora estoy acabando el libro", me explica en nuestro encuentro–. En esta adaptación nos teníamos que adentrar en La gran caverna, así, en mayúsculas, para encontrar catorce tesoros y escapar con vida.

Para *Jabato*, Samudio compró los derechos del cómic de Víctor Mora, en el que se basaba la historia. El juego nos trasladaba al antiguo imperio romano donde el protagonista, Jabato, tenía que escapar de una prisión para reencontrarse con su amada Claudia, que estaba secuestrada en Egipto.

Hablar de la recepción crítica de las aventuras de Samudio no tiene mucho sentido ya que era el mismo médico el que puntuaba los juegos en las revistas más importantes del momento: "Escribía en tres revistas: Microhobby, Micromanía y Megaocio. Cada vez que lanzaba un juego, le daba un diez[196]". ¿En qué nos podemos basar para saber el impacto que tuvieron los títulos de AD? Si nos fiamos por las ventas, *La Aventura Original* fue, de largo, el que mayor calado tuvo y el único, junto a *Cozumel*, que apareció entre los más vendidos.

La existencia de Aventuras AD fue efímera (del 89 al 92) y lo hizo en parte porque a los elevados gastos que suponía el mantenimiento del equipo de Samudio se sumaban las bajas ventas de las aventuras y el lento ritmo de producción del equipo. No es de extrañar que en el contrato fundacional se encontrara una cláusula que cifraba en doce –¡doce!– los lanzamientos que Samudio debía producir al año para que el negocio fuera rentable.

Para el médico, conseguirlo era una utopía: "Inconscientemente creías que lo podrías hacer… ¡ni de coña! Pensaba que se podía, con un equipo fuerte". Para Pablo Ruiz era una forma de cubrirse las espaldas en el momento de dar luz verde al proyecto: "Nosotros no queríamos tantas, pero él quería plantilla y había que pagar al inglés. Era una doble vía, no es que yo quisiera tantos juegos, es que cuando me dijo los costes que tenía le dije que con esas ventas tendría que lanzar tantas aventuras. En el fondo, veíamos que no era viable".

A pesar de no cumplir con las cifras pactadas, Aventuras AD siguió su camino y encaró 1990 como el año de su consolidación. Ese fue el año en que se puso a la venta *La Diosa de Cozumel*, primera parte de la trilogía de Ci-U-Than, en la que se englobaban una serie de aventuras ambientadas en la península del Yucatán. "Los guiones eran todos míos, había viajado a esa zona. *La Diosa de Cozumel* sucede en una isla llamada Cozumel; *Los Templos Sagrados* pasa en los templos de Tulum y Cobá, que son de verdad, los he visitado y fotografiado. De ahí sacamos los gráficos. En *Chichén Itzá*, en la zona central, pasé una semana tomando fotos del castillo y de todo".

No hay nada como escuchar a Samudio explicando el día a día de la compañía y la planificación de los proyectos para comprender que era imposible cumplir con los lanzamientos previstos: "¿Cómo trabajábamos? Teníamos una idea, que normalmente era mía porque siempre he sido muy reacio a coger

aventuras de fuera. Se ha criticado que me han mandado aventuras de fuera muy buenas y que no las he cogido, eso es verdad. Me acuerdo de *Espejos*, una aventura preciosa, que me mandó un chaval inteligentísimo del norte y no la quise porque no era mía. Cada uno tiene sus manías. La idea se consultaba con el grupo, se hacia un guión y los diálogos. Traje de Inglaterra unas hojas cuadriculadas especiales, que en España no se vendían, donde podías crear y planificar la aventura. Con el guión y los diálogos se consultaba a los dos grafistas, que hacían bocetos rápidamente mientras se lo explicaba y cuando había bocetado todo, se seleccionaba".

"Las máquinas no daban para más y había un problema entre lo que querías y lo que podías hacer. A veces había bocetos muy lindos que no podías hacer porque no daba la memoria, no había más. Compré una cámara de vigilancia de las antiguas, un cacharro. La traje de Alemania y la puse en un trípode. Se fotografiaban los dibujos y de ahí se pasaban al ordenador, donde se bajaba la resolución para que cupiese. Luego esos gráficos se engarzaban en las diferentes habitaciones y el parser se encargaba de vetar las llaves, abrir, cerrar puertas… Cuando se hacía una copia maestra del juego, todo el equipo tenía que probarlo. Éramos siete u ocho y todos la probábamos. Hasta la secretaria, la famosa Evilla de Calatayud[197], también la probaba. Víctor se cagaba en todo por teléfono:

— "¡Mándamela!".

"Yo le decía que estaba en fase de prueba. Se pasaba el máster a todos los ordenadores con un cacharro que era espantoso, se enchufaban con un cable que nunca entendí, que era trabajo de Tim y los programadores y salía a la venta".

Todo este proceso de trabajo se traducía en proyectos que se alargaban una eternidad en comparación con el tiempo que se tardaba en hacer cualquier otro juego para 8 bits. "Nos llevaba siete u ocho meses. Tim era muy lento trabajando. Muy lento, muy meticuloso. Los guiones y las habitaciones se montaban en un par de días y los grafistas eran un poco lentos. Pero siempre había problemas en la fase de corregir y pasarlo a los demás ordenadores. Cuando pasaba de Spectrum a PC había que corregir todo y te pasabas meses con cada ordenador. Luego al Atari, hostia, lo que se había montado ahí. También eran dos tipos de gráficos, no era lo mismo para 8 que para 16 bits. Ese fue mi error. Si hubiera podido vender cuatro aventuras al año no habría tenido problemas económicos, pero es que vendía una y media y el parser sólo lo entendíamos tres".

Pese a la lentitud, AD pudo vender dos aventuras en el 90 ya que *Cozumel* estaba medio hecha. La primera entrega de la trilogía de Ci-U-Than nos ponía en la piel de Doc Monro, un aventurero que a principios del siglo XX había naufragado en el mar del Caribe. La corriente le llevaba hasta la isla de Cozumel, de la que debía escapar no sin antes hacer frente a los peligros de los lugareños y de la propia diosa Ix Chell.

El primer batacazo del estudio llegó con su cuarto proyecto, *La Aventura Espacial*. Aparecido a finales de año para aprovechar el tirón de la campaña navideña, no cuajó entre el público en gran parte por una interfaz confusa como ella sola. El juego era una tortura china ya que el texto estaba plagado de contracciones que hacían imposible entender de lo que se estaba hablando.

En una entrevista a Computer Emuzone, Samudio admite que la idea surgió gracias a un libro y a otra aventura: "El juego llevaba una interfaz de menús para evitar que el jugador tuviese que teclear. Pero los nombres y descripciones no cabían en el menú. Por aquel entonces, estaba jugando una aventura con menús y llena de siglas a la vez que leyendo un libro sobre la CIA también lleno de siglas. Tuve la nefasta idea de contraer todos los nombre a siglas. Nos divertimos mucho haciéndolo, pero no nos dimos cuenta de que el juego se estaba enredando. Es el que en teoría más me gustó, con ese guión de varios personajes aprovechando cada uno sus facultades, pero no he podido jugarlo porque... porque...

¡no aguanto las paridas de las siglas, ni sé muchas veces que objeto llevo en las manos! Así no se puede jugar y al final acabo siempre con: 'que le den morcilla a la espacial'".

En nuestra charla, Samudio volvió sobre los mismos temas pero recuerda que después de ese proyecto, notaba una cierta saturación: "Fue la aventura más innovadora y la que menos se valoró, se me criticó mucho –lamenta–. Quise dar un salto adelante pero era infumable por las contracciones de los textos. Las cajas de texto eran muy pequeñas. ¡Lo contraje para que cupiera todo y aquello era injugable! ¡No había quien lo entendiera, el vocabulario era espantoso! Recuerdo los *copoyos*, los comandos de apoyo. Fue la más innovadora y si hubiera salido bien, habría hecho más cosas. El texto con un dibujo fijo en la pantalla empezaba a cansarme. Quería meter animaciones pero no sabía".

El resultado fue que la epopeya espacial en la que teníamos que luchar contra una amenaza dirigida a destruir a toda la galaxia tuvo incluso malas críticas hasta en Micromanía, donde ni Samudio pudo meter mano.

Aventuras AD recibió un golpe más duro que el de *La Aventura Espacial* en ese 1990. De la mano de LucasArts, llegó un derechazo en forma de aventura gráfica del que el equipo de Samudio ya nunca se recuperaría. Concebido como un juego de una gran rigidez, la aventura conversacional era un género en el que primaba la imaginación del jugador por encima de todo ya que este tenía que recrear en su mente todo lo que leía en pantalla. Con la llegada de la aventura gráfica, la imaginación pasó a un segundo plano: ahora la acción se mostraba directamente en el monitor con un protagonista que se movía de lado a lado e interactuaba con (casi) todo lo que quería.

"La primera vez que vi una aventura de Lucas pensé, ¡pero es que además hablan! –se asombra Pablo–. El parser se convirtió en una pieza de museo. De repente, Aventuras AD que era la bomba tecnológicamente cuando comenzó, pasó a ser una pieza de museo tecnológico. Nosotros, desde Madrid, no lo vimos venir y Andrés no lo vio desde Valencia. Y eso colapsó, claro. Nadie iba a querer una aventura más del estilo tradicional. Si hubiera visto venir las de *point & click* habríamos hecho un parser de este tipo después del que teníamos. Pero nosotros estábamos en lo nuestro, con muchas batallas. No ver hacia donde iban las aventuras y el coste de evolucionar ese parser fue un error estratégico. En tres años nos quedamos fuera del mercado con el DAAD, que era maravilloso e hipercompetitivo". Samudio también había visto las orejas al lobo de la mano de Sierra: "Salió el famoso Larry, ¡que eran bichitos que movías!"

A pesar de haber lanzado cuatro títulos al mercado, la situación económica de Aventuras AD se hacía insostenible. Pensar en una ampliación de capital en un momento en el que la industria del videojuego español comenzaba a vender cada vez menos era una fantasía: "Quería hacer algo parecido [a las aventuras gráficas], pero no había pasta. Era el momento de contratar a dos o a tres programadores, hacer un guión bonito y que los chavales se pusieran en marcha, pero no había pasta. Nunca se me pasó por la cabeza hacer otra cosa, es que no sabía hacerlo".

Pese a verse abocados al fracaso en un mundo en el que la aventura gráfica había dado ya las primeras muestras de lo que podía hacer, Samudio, AD y Dinamic emprendieron una huida hacia adelante de la que aún saldrían dos juegos más, y no precisamente dos títulos cualquiera.

Con *Los Templos Sagrados* y *Chichen Itzá*, AD cerró la trilogía de Ci-U-Than. No sólo tuvo mérito el hecho de lanzar los títulos cuando la aventura conversacional estaba muerta y enterrada, AD consiguió con estos dos últimos juegos cerrar una saga que ha quedado en la memoria de los jugadores, no sólo de los aventureros, como una de las mejores de su género hecha en España a pesar de que la crítica le diera la espalda y Micromanía calificara la última entrega como "desfasada".

AD se alejó del planteamiento de *Cozumel* con *Los Templos Sagrados*. En este, Doc Monro transitaba por toda la aventura en solitario a excepción de un par de acompañantes en los primeros compases del título. El juego fue quizá el más flojo de la trilogía, casi se podría considerar una transición entre los que de verdad merecían la pena, *Cozumel* y *Chichén Itzá*. Este último, aparecido en el 92, en plena extinción de la Edad de Oro, centraba la atención en el conocido templo. Después de escudriñar hasta el último rincón nos teníamos que adentrar hasta el inframundo maya, el Xibalbá, donde la aventura, y la trilogía, llegaban a su fin. Con ambos títulos, lanzados a razón de juego por año, AD cerró su periplo por el videojuego.

La situación de los estudios españoles en el 91 y el 92 ya amenazaba ruina total y Aventuras AD, con un nicho de mercado tan especializado, tampoco se escapó de la desaparición.

"Nos pilló el inicio de las consolas y eso nos barrió –recuerda Samudio–. Salieron las primeras consolas con sus juegos y los chavales se iban a aquello. El PC no era un instrumento para jugar nada con sus cuatro colores. Necesitábamos una expansión y una modernización que nunca llegó".

"Era un problema de dinero. Las aventuras no vendían lo suficiente, nunca vendieron lo suficiente. Ni siquiera con el parser, que permitía hacerlas en todos los formatos, y con la creatividad ingente de Andrés, al final costaban más de lo que se ingresaba. No teníamos fuerza para ir a grandes desarrollos, hicimos Aventuras AD para que Andrés pudiera meter su esfuerzo de talento y creación", explica Pablo Ruiz.

El problema era especialmente sensible para Samudio, que había hecho de AD una suerte de cooperativa: "Yo puse mi dinero y los chavales 100.000 pesetas cada uno, hubo uno que puso 40.000 porque no tenía y pidió a sus padres. Ellos también eran socios. Les decía que teníamos la sartén por el mango, porque nadie podía hacer aventuras en España, nadie sabía, no había competencia. Podíamos forrarnos, les insistí que invirtieran para que el día de mañana no tuvieran solo un 2%. Los chavales respondieron y así les fue a todos. Yo perdí más porque metí más, evidentemente".

Si alguna compañía desmonta el mito de que en la Edad de Oro los estudios se forraron, esa es Aventuras AD. Para apoyar esta tesis, Samudio tira de archivo para demostrar que todos palmaron, especialmente él.

"Siempre he sido médico. Pedí una excedencia y perdí dinero. Dinamic dejó de pagar en el 91. Pagué el descubierto que había en el banco y se me fueron nueve millones de pesetas de la época. Tengo anotadas las entregas a Aventuras AD: pagos para programadores, recibos… Llegó a los cuatro millones. Cuando la gente dice si me forré, yo me río. Hay facturas de Dinamic de un millón y de quinientas mil pesetas sin pagar. ¡Que no se pagaron! El banco me lo reclamaba, claro. Dinamic no tenía liquidez y yo sacaba de mi bolsillo porque el dinero no llegaba y los chavales tenían que vivir. Yo, en el fondo, era médico pero los chavales tenían que vivir y los había metido en este gran embolado. No me quedó más remedio que poner de mi bolsillo todo lo que quedaba. Me quedé tranquilo porque pagué a los chavales y al que no pude, le di ordenadores: un Atari o un Amiga, que eran carísimos en aquella época. No me quedé ni un Spectrum, que a veces lo echo de menos. ¡Podría haber montado un museo!".

Pablo Ruiz es el primero que recuerda que en la situación de ventas mínimas, les era imposible hacer frente a cualquier pago a principios de los noventa: "Ya no vendíamos nada, Atari y Amiga no vendían y estaba la crisis. Estábamos en nuestra reconversión y AD tenía que hacer la suya, que era parte de nuestra responsabilidad, pero no podíamos. La aventura argumentalmente era buenísima, pero era una foto, un texto y moverte. Y de repente te decían que aparecía alguien en pantalla y te decía algo. Llegó Lucas… ¡ah, amigo! Y me alegro que al final sacamos la trilogía, aunque la tercera parte no tuvo ningún sentido. *La Aventura Original* y *Cozumel* si lo tuvieron, a partir de ahí nos deberíamos haber dado cuenta

de que era muy difícil. Pero había que darse cuenta".

Una de las malas noticias derivadas del cierre de AD fueron los juegos que se quedaron en el tintero y que, de haber contado con la inversión necesaria y un mercado en plena ebullición como el de mediados de la década anterior, podrían haber regalado más joyas a los jugones.

"Cuando dejaron de pagarme había varios proyectos –explica Samudio –. *Firfurcio* la hice y salió el principio en una cinta en Microhobby[198], para abrir boca a la gente. Quedó mapeada y arreglada. Nunca se pagó y nunca se hizo. Había una de Cristóbal Colón que estaba en marcha, era una aventura educacional. En la pantalla tenía zonas calientes, como los *hiperlinks* de hoy en día que picas y se abre. Eso no existía y se me ocurrió poner zonas calientes en la pantalla donde el aventurero clicara y se abriera otra pantalla, que hoy es muy común, pero no existía en aquel momento. Piensa que Internet no existía y estaba pensado para las siguientes aventuras que nunca se hicieron. También tengo mapeada y lista para empezar *En lo Profundo*, una aventura dentro del cuerpo humano, con un jefe de un país que le habían infiltrado nódulos por dentro y había que introducirse en su cuerpo para desactivarlos. También está mapeada *Miguel Hernández*, que nos la pidieron de Alicante para festejar un aniversario del poeta y *Evolución*, porque como también soy antropólogo, me dio por hacer uno de crear bichitos que luego he visto que se han hecho cosas parecidas[199]".

Pese al montón de proyectos que se perdieron en el olvido, Pablo Ruiz asegura que hacía falta algo más que un mercado dispuesto a comprar juegos: "La única alternativa habría sido reinvertir un montón de dinero en hacer un parser tipo Lucas, que tampoco habría tenido ningún sentido. Porque para pagar una aventura de ese estilo tendría que haberse vendido en todo el mundo y eso habría que verlo, ninguna de las aventuras de Andrés se vendió fuera de España. No era falta de competitividad. Esa discusión la tuvimos, porque no vendíamos suficiente. Si realmente eran tan buenas, ¿por qué no las querían los ingleses o los franceses? Además, estaban hechas por un inglés, Tim Gilberts. *La Diosa de Cozumel* era un tema atractivo para los españoles y presionando a muerte vendimos lo que vendimos, pero las aventuras nunca vendieron mucho. Hasta que llegó Lucas, eran el género tonto. Había unos viciosos como Andrés que les gustaban y las hacían. Apareció Lucas, reventó, y ahora han vuelto al nicho. Aquello había llegado a su fin, el problema es que duró muy poco, fue una pena porque si Andrés y yo nos hubiésemos conocido tres o cuatro años antes, habríamos cogido la parte buena del mercado y habríamos ganado suficiente dinero para haber convertido el parser. Aunque Aventuras AD tuvo una influencia muy grande entre los aventureros y *La Aventura Original* y *La Diosa de Cozumel* tuvieron un impacto espectacular, se llegó tarde".

Detalle de *La Diosa de Cozumel*, primer título de la trilogía de Ci-U-Than.

Con la perspectiva que otorga el tiempo, a Samudio le queda el remordimiento de no haber sido capaz de sacar adelante un proyecto que lo tenía todo para triunfar. No en vano, el suyo era el único estudio de España dedicado en exclusiva a las aventuras y tenía las herramientas para crearlas de manera industrial. La falta de sentido de la oportunidad, como bien dice Pablo, y la crisis unida a la llegada de las aventuras gráficas dieron al traste con el sueño de crear un estudio importante a nivel mundial como Sierra o Lucas Arts en su momento.

"¿Sabías que se estudia en la facultad? Me lo han dicho amigos de mis hijas:

— "¡Hemos visto a tu padre!"

"En Valencia se estudian los personajes de Aventuras AD, ¡no tenía ni idea! ¿Hacíamos algo especial? Sí. ¿Podríamos haber hecho más? Sí. Fue una verdadera lástima. A veces lo pienso, teníamos un contrato con una empresa que te compraba todo lo que hacías. Piénsalo, ¡era muy fuerte! Tenía el único parser que había en España, tenía el equipo. Se lo decía a los chavales:

— "Tenemos la sartén por el mango. Esto es cocinarlo bien y lanzar, y lanzar, y lanzar".

"Pero tardábamos tanto en hacer una aventura. Si hubiéramos producido una cada dos meses… Dinamic al principio la compraba, luego se expandió tanto que ya no podía. No creo que no pudieran pagar por mala fe, simplemente les pilló mal. ¿Pero fue una lástima? Sí, porque había gente muy creativa y podría haber continuado".

Con el paso del tiempo, tanto Samudio como Ruiz rebajan la tensión respecto al cierre de la compañía, que dio al traste con un ejemplar único del videojuego español, como recuerda Pablo: "Cuando algo se muere es una mierda. Fue muy tenso porque había empleados, un parser que funcionaba y dejó de hacerlo por una realidad que se puso enfrente, las aventuras de Lucas".

Aunque Samudio no lamenta el hecho de haber creado la rareza por excelencia del *software* español en

los ochenta, un estudio dedicado en exclusiva a la aventura, sí tiene claro que deberían haber dado el salto gráfico: "Era más jodido, ponte a hacer muñequitos y a moverlos por ahí. Era otro tema, muy diferente. No sabíamos hacer más. Yo no soy programador, los chavales que eran programadores utilizaban un parser. Yo hacía lo que sabía. Cuando iba a Madrid y veía a aquellos trabajando, era otro tema diferente. No nos veíamos como bichos raros, escogimos la ruta de lo que sabíamos hacer. Quizá si la cosa hubiera seguido adelante tendríamos que haber dado ese salto".

Hoy, veinte años después de la creación de Aventuras AD, Samudio es uno de los pocos personajes de la Edad de Oro del *software* español al que una legión de jugadores, y no sólo nostálgicos de la época, le reconoce y le profesa veladas muestras de cariño. No hay que olvidar que, a través de las páginas de Microhobby, el pediatra fue uno de los pioneros en introducir el rol en los hogares de muchos jóvenes y adolescentes, además de las aventuras informáticas.

"Todavía recibo cartas. Tenía una caja con unas setecientas de las que seleccioné una veintena. No olvides que llevaba tres revistas en las que ofrecía soluciones. Todo el que estaba atascado en una aventura mía o de quien fuera me escribía. Creé el viejo archivero, un viejete que vivía en los Cárpatos, para contestar a los chicos, que no sé cómo tenían la paciencia de tirarse dos meses para abrir una puerta. Hoy, si a los diez minutos no lo he conseguido, tiro el juego", bromea.

¿De dónde salían todas esas muestras de aprecio? Vale que AD tuvo su nicho de mercado, pero el valor añadido lo puso Samudio difundiendo el género de la aventura por las páginas de algunas de las revistas más importantes del momento.

"Al mismo tiempo que fui a ver a Dinamic fui a Hobby Press[200] para proponerles una sección sobre aventuras porque estaba en contacto con todo ese mundo en Inglaterra. Aceptaron y fundé una zona en la que explicaba cómo se hacía una aventura o cómo funcionaba un parser. Daba solución a todas las aventuras inglesas, porque las mías no habían salido. Las primeras de las que hablé fueron *Sherlock Holmes*, *Drácula*, la *Colosal Cave Adventure*, *El Hobbit*… éstas ya rondaban antes de mi primera. Al mismo tiempo, explicaba lo que era una aventura por teléfono, lo que era una aventura junto a varios compañeros. Lo enseñé porque lo aprendí en Inglaterra. En Megaocio me llamaron para crear dos secciones diferentes, una de ellas era el Big Chipo, que era un superordenador que lo contestaba todo. Gané una pasta, piensa que Microhobby era semanal, ¡me pagaban todas las semanas! A España no habían llegado ni los juegos de rol. En Inglaterra había una tradición grande, *Dungeons & Dragons* ya era muy famoso, pero aquí no había nada. En un artículo hablé de las aventuras de rol, enseñé a tirar los dados de veinte caras que nadie sabía qué eran porque sólo conocían los de seis. A la gente le decías de jugar a rol y no sabía, pero yo en Inglaterra jugué tal cual, como tú y yo estamos hablando ahora. ¡A pelo! Así es como se juega el rol bonito. Aquí estábamos en mantillas".

Si Samudio se ha ganado el cariño y el respeto de una generación de jugadores es, precisamente, por esa doble faceta de creador de juegos y de introductor, para muchos, del rol y de la aventura. Así lo recuerda José Manuel Fernández, que destaca la calidad de las aventuras de AD por encima de las pocas que aparecieron en nuestro país.

"Era una compañía que me encantaba, sobre todo por su filosofía. El bicho raro y una apuesta súper-arriesgada. En España se vivió muy bien el tema de la aventura conversacional, incluso los experimentos que hizo Dinamic al principio: *Yenght*, *Arquimedes XXI*, *Don Quijote*, vendieron muchísimo. Samudio era muy conocedor de las aventuras que hacían las compañías inglesas y americanas y creo que hizo un fenomenal trabajo para dar a conocer el género en España, con producciones bastante buenas. Aparte de AD, hubo algún lanzamiento peregrino, *Abracadabra*[201] de Proein, *Ke Rulen los Petas* de Iber, un juego de *Zipi y Zape* horrendo. Hubo intentos porque al fin y al cabo el género gustaba y no se vendía mal, pero

no alcanzaban el nivel de AD ni de coña".

Pablo Ruiz pone la puntilla, con un argumento que saca a relucir en más de una ocasión durante nuestra charla. De la Edad de Oro se queda con el torrente creativo que surgió en nuestro país, más allá de si un juego vendió cincuenta o cien mil copias: "Quiero que se hable de la creación. Andrés era una mala bestia de la creación, hizo unas aventuras increíbles y divirtió a miles de personas".

191. Otra que debería haberse puesto a la venta y que nunca lo hizo fue *Espejos*, aventura que iba a lanzar Dinamic pero que se quedó en el tintero cuando estaba prácticamente finalizada.

192. La primera versión data de 1976. Como Samudio explicará en unas líneas, él jugó a la versión que Level 9 hizo para ordenadores de 8 bits.

193. De 1981 a 1991, Level 9 se dedicó en exclusiva a producir aventuras conversacionales, un concepto del que bebería Aventuras AD durante su corta existencia.

194. Micromanía, primera época, n. 29, p. 19.

195. Este detalle aparece en una entrevista concedida a Computer Emuzone.

196. No era tan exagerado pero es cierto que en los primeros títulos se repetían las buenas notas.

197. El nombre responde a uno de los personajes que Samudio utilizaba en sus textos para las revistas informáticas de la época.

198. Samudio y Microhobby lo regalaron en el número 189, publicado durante el 88.

199. Se refiere a *Spore*, de Will Wright.

200. La editora de Microhobby y Micromanía.

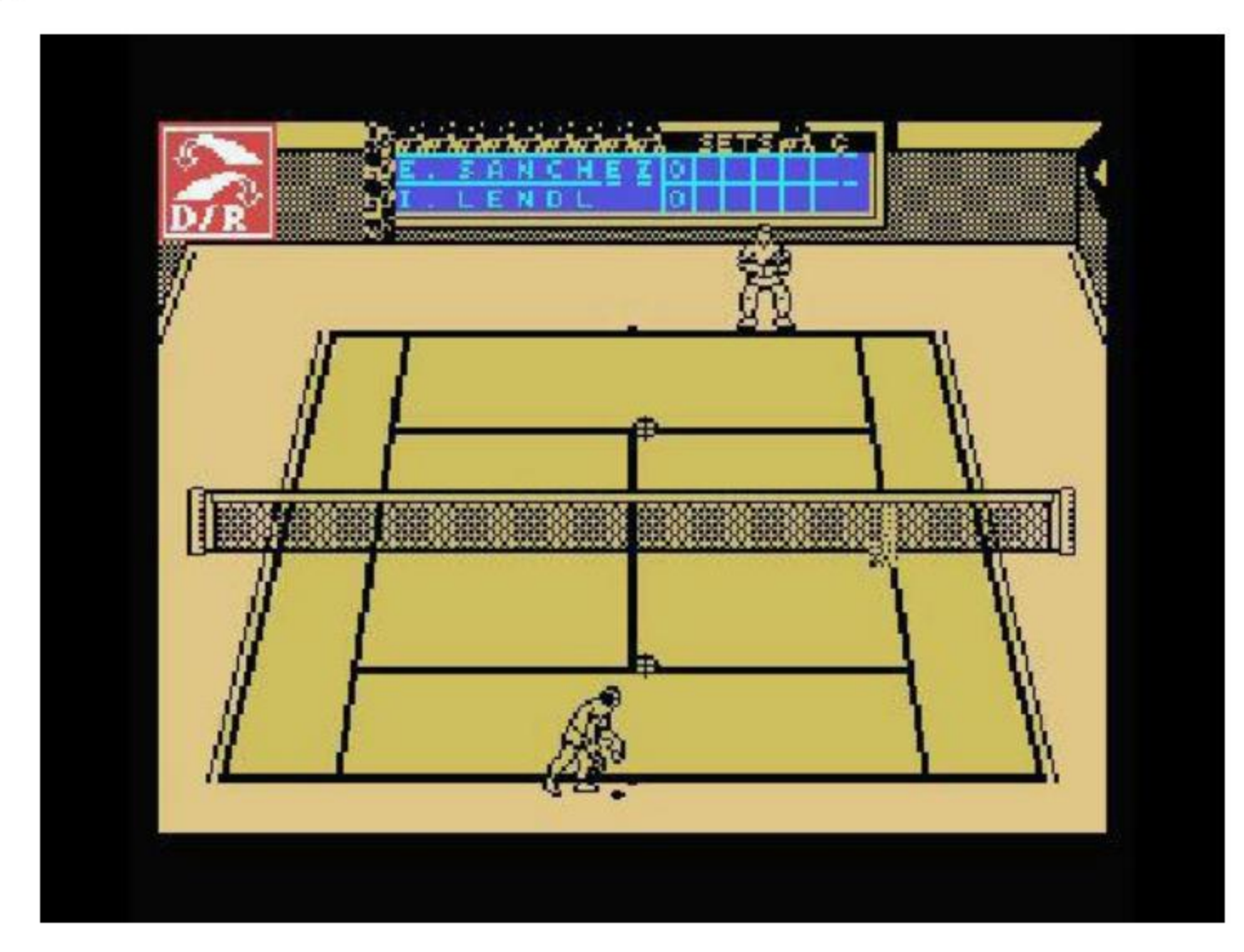
201. *Abracadabra* fue obra de Jorge Blecua, que ya había lanzado en Dinamic *Arquímedes XXI* o *Don Quijote*.

Si el 89 fue el año menos productivo desde el *boom* de la bajada de precios para Dinamic y para Topo, Zigurat no fue una excepción. Vale, Opera tampoco fue un reguero de novedades, pero sí que aumentó sus cifras respecto a años anteriores.

Zigurat, eso sí, fue un caso curioso dentro de los grandes estudios españoles. Ya hemos visto que su producción era bastante sigilosa, con pocos productos pero bien escogidos. Y fue precisamente cuando se acercó el final del ciclo de los 8 bits, cuando la industria estaba sufriendo una crisis muy seria, cuando la productora sacó más y más títulos.

Cierto es que en el 89 sólo publicó tres, una cifra bastante discreta, pero en los tres años siguientes la cifra ascendió hasta la quincena, que se dice pronto. Un caso inversamente proporcional al de Dinamic, por ejemplo.

El más importante de todos tenía nombre y apellidos. Literalmente: Emilio Sánchez Vicario. Hoy en día, con el siglo XXI bien entrado, el tenis español ha vivido un idilio con el éxito rematado de manera sublime por la aparición de Rafael Nadal. Pero si echamos la vista atrás, a los ochenta, el deporte de la raqueta atravesaba un bache después de los tiempos de Santana, Gimeno u Orantes. No nos comíamos un colín en la ATP.



Emilio Sánchez Vicario no tenía nada que envidiar a los mejores juegos de tenis de la época.

Pese a todo, Emilio Sánchez Vicario supo ganarse el cariño del público. No lo hizo especialmente por su palmarés en el circuito individual, aunque llegó a ser número siete del mundo y obtuvo un torneo de Roma como mayor botín, pero sí que se compró una parcela de gloria compartiendo pista junto a Sergio Casal, con el que fue número uno del mundo en dobles y ganó una medalla olímpica en Seúl 88.

En esa tesitura, en un mercado en el que Dinamic y Topo ya habían tocado a las primeras espadas en basket (*Fernando Martín*), fútbol (*Emilio Butragueño* y *Míchel*) y motos (*Aspar*), ERBE sugirió al equipo de Made in Spain que copiaran una táctica que había dado muy buenos dividendos.

"Dinamic comenzó la moda de contratar a famosos con *Fernando Martín* y los juegos y las cifras de ventas fueron extraordinarias –recuerda Granados–. No sé cuánto vendió, pero fue una bestialidad. Los de ERBE nos lo transmitían:

— "Tenéis que hacer lo mismo. Buscaos un famoso, el que sea".

Barrido el mercado, Zigurat vio el filón en uno de los pocos deportes que aún no se habían tocado, tenis, y con uno de los pocos nombres con gancho que aún no habían puesto su cara en un videojuego, Sánchez Vicario. Granados prosigue con la negociación:

"Teníamos la idea de hacer un juego de tenis pero no habíamos programado nada. Tanteamos, contactamos con el representante y llegamos a un acuerdo económico. Firmamos e hicimos el juego. No recuerdo la cifra que pagamos pero no era descabellado. Nos pareció razonable, perfectamente asumible. De su parte no se comprometía prácticamente a nada, sólo a prestarnos su imagen y a participar en la presentación del juego, que fue lo único que hizo".

El juego se destapó como un buen ejemplo de tenis y no tenía nada que envidiar a otros grandes del género como *Hard Courts 2*. Bien es cierto que *Emilio Sánchez Vicario* solo tenía cuatro torneos (los del Grand Slam) y siete rivales contra los que competir, pero para ser el primer título del estudio en este ámbito, no se lo podía pedir más a Zigurat. La experiencia fue satisfactoria, pero no tanto como lo serían las futuras entregas con deportistas de elite, según palabras de Granados.

"De los tres fichajes, [Sanchez Vicario] fue el más flojo de los que hicimos, probablemente por la temática del juego. Aunque Emilio era una figura súper conocida, no tenía tanto tirón un juego de tenis que los de carreras que hicimos más adelante. No eran tan adictivos".

Además de *Emilio Sánchez Vicario Grand Slam*, Zigurat facturó otros dos títulos en este 89. Uno de ellos, *Comando Quatro*, es una de esas joyas que los años han puesto en su lugar dado al poco peso que tuvo tanto en los medios como en las listas de ventas.

El desarrolló corrió a cargo de Gamesoft, un grupo de programación del País Vasco que había hecho *Turbo Girl* para Dinamic, y del que Granados se deshace en elogios: "Es un juego que nos parecía bestial y sigo pensando que es muy bueno, muy bueno. Era de un grupo muy bueno. No tuvo tanto éxito como otros, pero creo que era un juegazo".

Comando Quatro partía de una idea muy original que todavía hoy vemos repetida (*Trine*, sin ir más lejos). El jugador dirigía a un equipo de cuatro personajes, cada uno con unas características determinadas (uno planeaba a su antojo, otro escupía ácido, un tercero saltaba más que nadie y el último poseía una gran fuerza) que nos permitían salir del paso sin importar lo que tuviéramos por delante.

Seguramente este *Comando Quatro*, junto a *Prayer of the Warrior*, juego que saldría en el 92 cuando Zigurat ya contaba las horas para echar el cierre, fue de los mejores que la productora arrancó de estudios externos.

En esa línea no estaba *Curro Jiménez*. Título de Arcadia, el equipo que publicó *Arkos* y *El Poder Oscuro* el año anterior, aprovechaba el filón de la serie televisiva del mismo nombre protagonizada por Sancho Gracia diez años antes. Con la licencia, Arcadia se cascó un *arcade* sin grandes aspavientos pero que no desentonaba entre la producción de Zigurat.

Con estos tres títulos, la productora cerraba un año discreto en cuanto a producción pero más que satisfactorio en cuanto a calidad, una constante que le costaría mantener en sus últimos años. Todavía le quedaba una última bomba a Zigurat, de nuevo con nombre y apellidos, una bomba sobre cuatro ruedas, que les iba a salvar el ejercicio del 90 y les reportaría, en el futuro, el mayor éxito de sus carreras.

El 89 marcó, sin duda, el principio del fin de Opera Soft, aunque de buenas a primeras la situación pareciera idílica: el equipo había dejado las famosas oficinas de Ópera en el centro de Madrid para instalarse en un chalet en el barrio de Arturo Soria.

Es hablar del famoso chalet y a Morales se le encienden los ojos. "La primera oficina se nos quedó pequeña y nos fuimos a un sitio que era una chulada, un chalet de dos plantas, en Arturo Soria. Ahí vivíamos bien… ¡no se podía vivir mejor! Teníamos cocinera, una chica que contratamos que se casó con un trabajador de Opera. Ella se encargaba de la oficina, de la limpieza y nos hacía la comida. Por lo tanto, estábamos en nuestra casa. Todos los días a las dos de la tarde, puntualmente, sonaba la campana. ¡Tilín, tilín! Y a comer. En invierno en la cocina, que era enorme; en verano, en el patio. ¡Y qué comidas! ¡Gloriosas! Era nuestra casa".

No sólo Morales babea al recordarlo. Hasta Ruiz, ese tipo tan pragmático y poco amigo de los excesos, en palabras de Gonzo, no puede disimular la mueca de satisfacción al recordar el traslado y sus consecuencias: "Creo que llegamos a ser trece en la empresa en el momento álgido. La ventaja del chalet: teníamos una cocina y había que aprovecharla. Estábamos todo el día. De diez a dos programando como descosidos, bajábamos a comer, nos relajábamos un poco y luego subíamos otra vez. No había horarios, cada uno llegaba a la hora que le daba la gana y se iba a la que quería. Pero se echaban muchísimas horas. En el chalet se vivió bien, era un sitio agradable y la gente se relajaba, sobre todo, por la comida. Todo el día trabajando, metida en el ordenador, y llegabas a comer y había cada burrada. Los días que había tarta…"

Fue en ese chalet donde se dio una de las situaciones más surrealistas que rodearon al estudio. Lo explica Morales: "Conocíamos el Eliza, aquel programa que simulaba mantener una conversación inteligente con el usuario y organizamos un terminal para que la gente pudiera hablar con la máquina. Lo que nadie sabía es que cada vez que alguien se ponía frente a la pantalla, uno de nosotros se escondía en un cuarto, con la espalda pegada a la puerta, para interactuar con quien estuviera al otro lado. Tuvimos que revelar la verdad porque la bola se hizo muy grande e incluso hubo gente decepcionada cuando se enteró de que era mentira".

Al cambio de ubicación había que unir un fichaje de primera línea para completar la ya de por sí lujosa alineación de Opera: Alfonso Azpiri. Después de abandonar Dinamic para pasarse a Topo, el antiguo equipo de Indescomp decidió que el ilustrador podía ayudarles a dar un golpe de efecto –"creo que fui yo el que dijo que fuéramos a por él", apunta Gonzo– y éste se sumó al carro en un periquete, dibujando las carátulas de los dos primeros juegos que lanzaría con la compañía: *Ulises* y *Gonzzalezz*.

La medida se puede entender, además de por el golpe de efecto visual, desde el silencio informativo al que se veía sometida Opera en los medios especializados. Si Dinamic había dominado las páginas de las publicaciones desde aquella primera portada de *Saimazoom* en Microhobby y Topo había tomado el relevo en el 88, las otras dos grandes no veían reflejado su trabajo con el mismo entusiasmo.

Los mismos socios de Opera lo reconocen, aunque atribuyen a diferentes causas este aislamiento que

sufría el estudio en comparación con sus congéneres. Para Morales, el problema radicaba en lo poco cuidadas que estaban las relaciones con la prensa: "Parte de la culpa la teníamos nosotros. Éramos raros, porque la gente de Opera era rara. Yo he acabado de director de sistemas, Pedro en un perfil muy técnico. Siempre teníamos buena puntuación en la parte técnica, es cierto, pero teníamos unos grafistas que eran lo que eran. Charlie era un tío muy especial, que no tenía una formación gráfica especial pero que daba ese toque a los juegos. Sí es cierto que no éramos las niñas bonitas de Micromanía y Microhobby, en Micromanía eran duros con nosotros. Lo sabíamos y sabíamos que teníamos parte de culpa. Siempre íbamos pillados en las campañas. ¡Siempre! La mayoría de las veces que enseñábamos un juego no lo llevábamos terminado. ¡El sonido se lo pondremos más tarde! Quitando nuestros dos juegos estrella, *Livingstone, Supongo* y *La Abadía del Crimen*, que no se hizo en Opera al principio, los demás sí que fueron castigados".

Gonzo lo tiene más claro. En una de esas sentencias inapelables tan suyas, achaca el poco peso de Opera en los medios al impacto que tuvo entre los jugadores: "Cuando lees el pasado, lees el pasado mercantil. Dejas rastros arqueológicos según hayas impactado en el mercado. Opera fue una pieza imprescindible en ese momento pero era más discreta, no producía tantos juegos. Lo que hicimos fue abrigar el sustento, la base tecnológica de todo el desarrollo".

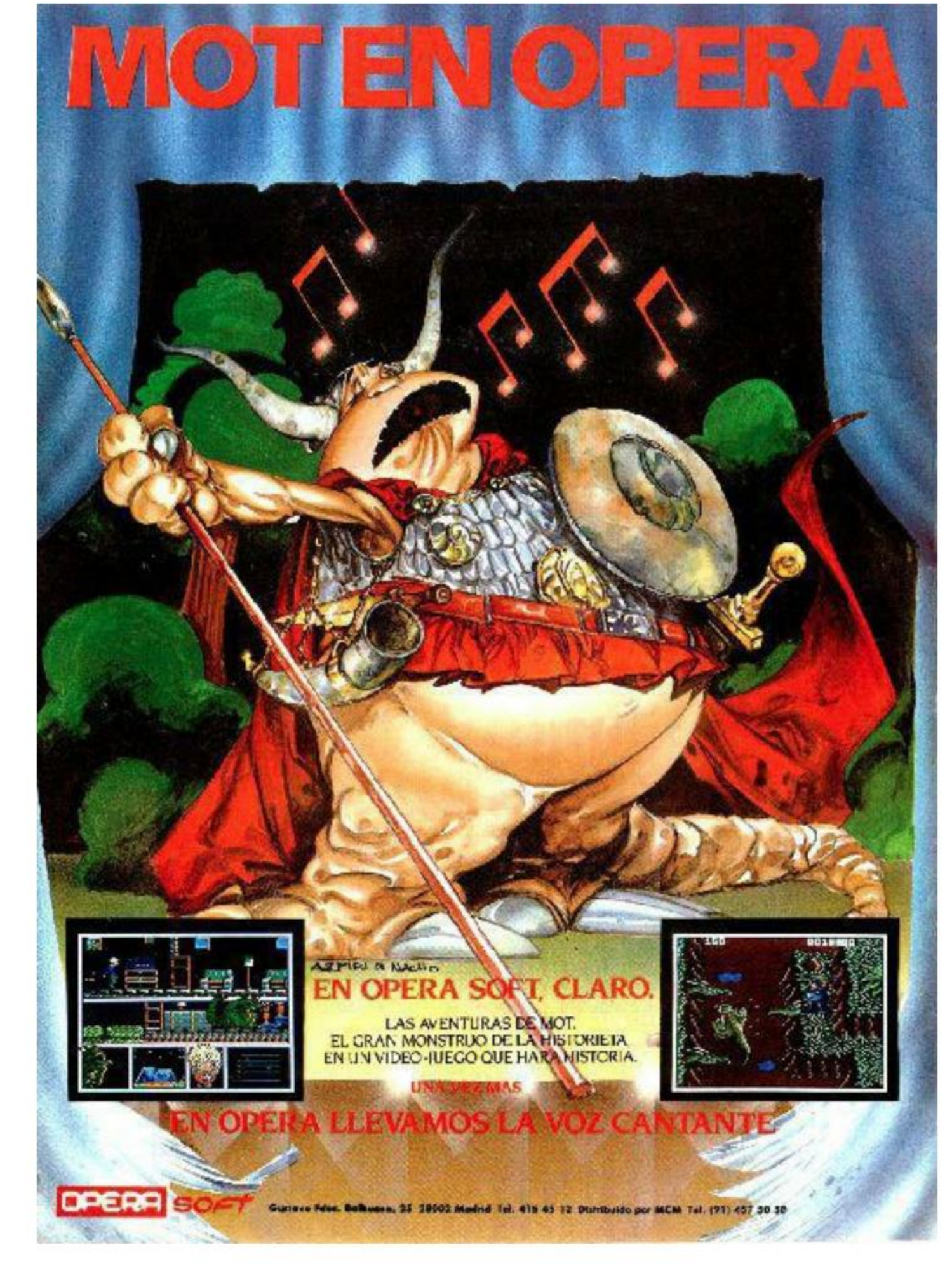
Morales añade un último punto: la publicidad. Los dos titanes del mercado lo eran, además de por una producción desmesurada de títulos, por ser capaces de llenar páginas y páginas con anuncios de sus títulos. Opera, como Zigurat, era bastante más discreta en este sentido. "Era muy importante la publicidad que ponías en las revistas. El dinero que te gastabas en una revista era una contrapartida. No tenía color. Coge las revistas y mira la publicidad de Opera… nos ganaban con diferencia. Me miro al ombligo y siempre llegábamos con los juegos sin acabar. Si ves el perfil de Opera, Ernesto era el único comercial. Pablo, de Dinamic, era un tío de empresa, se dedicaba a eso. Nosotros no teníamos a nadie específico con los conocimientos de Pablo que nos defendiera los juegos, que los peleara. Estábamos en el laboratorio haciendo lo que nos gustaba. Porque lo que hacíamos en ese tiempo era pasárnoslo de puta madre", afirma.

Mot imitó el estilo visual del cómic para algunas de sus fases.

Y eso fue lo que Opera siguió haciendo durante el 89, pasárselo de puta madre. El año se cimentó sobre dos títulos que debían ser capitales para el buen funcionamiento de las cuentas internas: *Mot* y *Livingstone, Supongo 2*.

El primero nació fruto de la colaboración con Azpiri. El dibujante vivía por aquel entonces uno de los momentos de su carrera y había llegado hasta las páginas de El Pequeño País, el suplemento infantil de los fines de semana de El País. Lo hizo con una historia creada junto a Ignacio Moreno en la que narraba las peripecias de un monstruo de barriga cervecera capaz de abrir puertas interdimensionales y de Leo, un adolescente con los problemas habituales de su edad.

Mot, además, nació con una idea revolucionaria para el momento: hacer del título una traslación casi literal del cómic, trasladando el juego de viñetas al monitor. "Hay alguno que no se me atribuye a mí y lo he hecho yo –recuerda Morales–. Por ejemplo, *Mot*. Me apetecía hacer ese sistema que luego fue mucho trabajo, el de cómic, que Mot siempre lo está abriendo. Muy penoso, pero adictivo".



Opera apostó fuerte por *Mot*. La historia había llegado a El Pequeño País y parecía una apuesta segura, pero el mercado no respondió como debería.

Con la idea en mente, y con Azpiri como colaborador habitual desde unos meses atrás, fue la propia Opera la que vio el filón después de leer las historias del dibujante en el suplemento de El País: "Ellos me lo pidieron –señala Azpiri–. Había alcanzado mucho éxito en el periódico y querían adaptarlo[202]".

El juego mezclaba una adaptación literal del cómic, implementando un sistema de viñetas al estilo del *Hulk* de Ang Lee, con otras fases de estilo *arcade* más clásicas y, por qué no decirlo, mucho más convencionales que las que se basaban en el tebeo. Con todo, *Mot* fue uno de esos juegos originales como pocos, que sólo por ello merece su lugar en esta historia. Eso sí, las críticas fueron desmesuradamente buenas en su día.

Pero al enorme éxito crítico, Opera sufrió un batacazo considerable en las ventas. No tanto en las iniciales, sino en las devoluciones que llegaban a los pocos meses desde los grandes almacenes. Lo explica Pedro Ruiz: "Con *Mot* tuvimos muchos problemas financieros. Nos devolvieron cantidad de juegos. Produjimos muchos, porque nos habían pedido 12.000 o 15.000 y luego llegaron las devoluciones, que nos llegaban a nosotros. El Corte Inglés no quería saber nada, el distribuidor tampoco y al final las asumías tú".

Antes de llegar a las consecuencias que tuvo el batacazo de *Mot*, que se sintieron a partir del 90, nos queda mucha tela que cortar. Porque si *Mot* fue la apuesta principal y la gran novedad, Opera optó por un valor ya conocido para jugar sobre seguro en la campaña navideña: *Livingstone, Supongo 2*.

Con el paso de los años, y ante la incipiente crisis, los estudios españoles decidieron rescatar viejas glorias para animar a los compradores a revivir tiempos mejores. *Livingstone, Supongo 2*, fue uno de estos casos aunque Morales descarte que la secuela estuviera planteada cuando se programó el primero: "No había ninguna intención de repetirlo. Malditas las ganas que yo tenía, ¡ninguna! El segundo se hizo porque no encontrábamos un guión. *La Abadía del crimen* y *Livingstone*, en la salida, nos marcaron mucho".

Esa marca, ese recuerdo, ese lugar que se habían ganado en el corazoncito del jugón, al que habían puteado de mala manera en el primer *Livingstone*, fue el que llevó a Morales y a Opera a embarcarse en una segunda aventura de corte muy similar a la primera: "No tenía nada mejor que hacer, intenté aprovechar el tirón y mejorar un poco los gráficos. El primer *Livingstone* terminaba como terminaba, sin ninguna intención de nada, por mucho que digan que tenía en mente el segundo. ¡De eso, nada!".

La secuela de *Livingstone, Supongo* era un producto excepcional pero carecía de la frescura del primero.

Entonces, ¿por qué se dio el visto bueno al proyecto? "Sucedió como con todas las secuelas en el mundo. *Livingstone* funcionó muy bien incluso fuera de España, aunque no ganamos dinero porque nunca llegamos a cobrar *royalties*. Se hizo la secuela porque, aunque tuvieras ideas, el mercado se comenzaba a inundar. Se te ocurría una y ya la había hecho Dinamic. Se te ocurría otra, la estaba haciendo Topo. Se te ocurría otra y… Era así, te lo prometo. Y llegaba la última novedad y decías, ¡si se me acaba de ocurrir!".

Como ya ha dicho Morales, la secuela se hizo teniendo en mente el original y respetando las bases que éste había sentado: aventuras, una gran dificultad, un apartado técnico sensacional y mucha mala leche granadina.

El problema de *Livinsgtone, Supongo 2* era su antecesor, porque esta segunda entrega, lo ha explicado Morales, era un calco de la primera con algunos retoques. Lo que hacía un par de años había sido la releche, ahora no dejaba de ser un título simpático pero que no aportaba una gran mejora a lo que ya existía.

Pero no solo de *Mot* y de la aventura africana vivió Opera durante el 89. El equipo, como los grandes estudios ya tenían por norma, dividió el curso en dos grandes bloques. La apuesta durante el periodo primaveral la representaron *Ulises* y *Gonzzalezz*, las dos primeras portadas de Azpiri para Opera.

Ulises era la carta de presentación de Comix en Opera, un grupo de desarrollo que después de haber publicado varios títulos, consiguió convencer al estudio para editar bajo su sello. La primera colaboración fue un *arcade* correcto y poco más, basado en las aventuras de *La Odisea*. *Gonzzalezz* sí que fue un programa hecho desde la misma Opera, un título de doble carga que mezclaba plataformas con un *arcade* más convencional.

Pese al bajón propio de ventas originado por los meses de verano, Opera mantuvo presencia en el mercado con propuestas no tan ambiciosas. Porque la firma también apoyó la salida del Gunstick con

Trigger, *Solo* y *Guillermo Tell.*

Los dos primeros, obra de Pedro Ruiz, eran exclusivos para jugar con el arma de plastiquete. Ruiz recuerda que el Gunstick era presa de la misma enfermedad que sufría cualquier pieza de *hardware* en aquel momento: sin juegos que lo apoyaran, no se iba a ninguna parte.

"No vendía nada si no venía con juegos. Nos encargaron varios, nos dieron el *hardware*, los hicimos y los vendimos. No los distribuíamos, los vendíamos al fabricante de las pistolas y ellos lo añadían dentro del paquete".

La troika la completó *Guillermo Tell*, creado por Comix, un *arcade* algo diferente, ya que en lugar de luchar por nuestra vida debíamos defender al protagonista del juego, Guillermo Tell, de todas las amenazas que poblaban el monitor.

Ya lo dice el refranero, no hay dos sin tres. Lo mismo debió pensar Comix, que en tiempo récord, después del desarrollo de *Guillermo Tell*, lanzó *Corsarios* en octubre, inaugurando así la campaña navideña que completaron los citados *Mot* y *Livinsgtone, supongo 2. Corsarios* era un *beat 'em up* de los que se comenzaban a estilar en medio planeta ambientado en el mundo de la piratería. No fue precisamente el mejor de los lanzamientos navideños, aunque también es cierto que la competencia era más que considerable.

De vuelta a los motivos que hicieron del 89 un mal año para Opera, hay uno todavía más importante que las devoluciones de *Mot*. Al golpe económico, y que presagiaba la crisis que estaba a punto de aterrizar, se unió otro a la línea de flotación del grupo humano: Paco Suárez se desligaba del estudio. "Al contrario de lo que crees, a Paco Suarez le encantan los videojuegos pero cuando estaba en Opera hizo… *Cosa Nostra*. Luego se dedicó a las herramientas con las que trabajábamos, que eran suyas", explica Morales.

El mismo Suárez da las razones de su marcha: "Estábamos inmersos en la famosa crisis, o más bien se veía venir. No estaba muy de acuerdo en el inmovilismo. No estábamos de acuerdo con la bajada de precios pero aquello no fue el problema. El problema fue que no invertimos nosotros, no subimos la apuesta. Venían máquinas más potentes y los juegos tenían que ser más costosos de desarrollar, tenías que meter mucho más contenido, dedicar más tiempo, más recursos, más gente. Más inversión, en definitiva. Nosotros no lo hicimos, seguíamos haciendo *portings* de Z80 a las máquinas de 16 bits. De hecho, hice un par de programas que traducían el código fuente de ensamblador de 8 bits a los lenguajes de ensamblador de 16, a Motorola o a Intel. Lo hacíamos tal cual, el mismo juego. Los lanzamos en PC, en Atari, sin aprovechar la capacidad que tenía. Eso era un desastre y yo no estaba de acuerdo. Me decían que necesitábamos más dinero, un dinero que no teníamos. Invertíamos todo lo que ganábamos. El mercado español, que era nuestro principal sustento, tampoco daba para invertir diez veces más, que era lo que calculábamos que hacía falta para los juegos de la siguiente generación. Tampoco había, como hoy, fondos de capital riesgo con lo que no había una salida".

Ante la inminente llegada de una nueva época en la que los métodos de trabajo tradicionales no valían, Suárez tuvo claro que debía evolucionar o morir: "Dejó de ser divertido porque era hacer lo mismo sin saltar a otra liga o a otra fase. Si hubiésemos hecho esta revolución, porque era una revolución lo que hacía falta; si hubiésemos sido capaces, no sé si hubiéramos querido; y si lo hubiésemos hecho, habría sido divertido de nuevo. Pero con otra dinámica, ya no sería el equipo de dos o tres personas sino que habría que cambiar a un sistema mucho más profesional, de equipos más profesionalizados, mejor dirigidos, más grandes, con mucha más gente. Nos tocaba pasar de programadores a directores de proyectos. Creo que hubiera sido divertido, pero habríamos cambiado".

Sin uno de sus fundadores y con unas perspectivas de futuro no muy halagüeñas tras las ventas de *Mot*, Opera encaraba una nueva década con un cambio de mentalidad en la que iban a primar los deportes y en el que se iban a acumular los problemas por la fuga de talentos. El barco se hundía poco a poco.

202. Julio Martín asegura que el proyecto estuvo a punto de salir para Topo y que él mismo se encargó de hacer una pantalla de presentación. Consultados al respecto, ni Javier Cano ni Azpiri recuerdan esa posibilidad.

1990-1992

EL CANTO DEL CISNE

IV 1990: El software español se asoma al abismo

Aunque ya anticipé que los efectos de la crisis se comenzaron a notar a lo largo del 89, no fue hasta la llegada de la nueva década cuando se hizo patente que la situación era insostenible. Por un lado, la producción descendió a unos números más cercanos a los de la época previa a la bajada de precios que a los que habían alimentado a la industria a finales de los ochenta.

Para colmo de males, ese 1990 iba a suponer el aterrizaje en España de dos consolas que iban a cambiar de un plumazo el panorama del videojuego, cada una a su manera: Mega Drive y Game Boy. Con las consolas cambió el modelo de negocio y el *software* español, incapaz de hacerles frente o de unirse a ellas, comenzó a languidecer.

Con Paco Pastor cada vez más apartado del día a día de Topo y ERBE[203] más pendiente de la promoción de Game Boy para su salida a finales de año en España, Topo se convirtió en un producto residual para la distribuidora que había apostado con toda su fuerza por el estudio poco más de dos años antes.

"En ERBE se dieron cuenta del potencial de las consolas cuando salió la Mega Drive, y vieron que eso eran números y cifras de facturación. Además, Topo se desmoronaba y se empezó a dejar de lado", explica Rafa Gómez.

Pese a ser un sello que no suponía gran parte del negocio, Gómez recuerda que el equipo de Topo seguía generando mucho dinero en parte gracias a la particular situación del mercado español: en un mundo donde los 16 bits ya eran la referencia, las casas españolas eran las únicas que todavía apostaban con cierta fuerza por la vieja escuela.

"Topo estaba facturando, para lo que era la época, mogollón. Ten en cuenta que el mercado de los 8 bits prácticamente no existía fuera de Europa. En Estados Unidos mandaba Atari y en Japón tenían sus consolas. Casi era un mercado para nosotros. Aquí había cierta ilusión por el tema del *software* español y se apoyaba mucho, la gente compraba".

Ante la situación en la que se encontraba, y después de tres años con tácticas muy marcadas desde el principio, el 90 fue el primer año en el que Topo estuvo, como el resto de compañías, a verlas venir.

Con este planteamiento, lanzó un par de juegos para mantener presencia en el mercado durante los primeros meses, pero sin que fueran grandes bombazos. El primero fue *Ice Breaker*, un *arcade* de concepción un tanto bizarra, en el que íbamos subidos a un bobsleigh y teníamos que acabar con todos los enemigos, también montados en el mismo cacharrito, que se cruzaran en nuestro camino.

R.A.M., obra de José Manuel Muñoz y cuyas siglas podrían estar inspiradas en las de su sobrenombre en la compañía, "Rambo", fue un *arcade* que en lo visual tenía muy buena pinta pero que era bastante injugable por su dificultad. El mismo Muñoz reconocía en una entrevista a Retrobytes[204] que el desarrollo se le fue de las manos y no pudo arreglarlo en los plazos previstos.

"Quería hacer un juegazo y tuve que meter tijeras cuando los plazos se me echaron encima. Es el mejor ejemplo posible de las consecuencias que pueden tener los errores de cálculo en un diseño. En un momento dado me dijeron que debía entregarlo [...]. Ya tenía una experiencia como diseñador y debí estar más atento".

Computer Emuzone pudo saber por boca del grafista encargado del título, Alfonso Borro (al que también le cayó su propio sobrenombre, Borrocop), que la idea era hacer un título parecido en su concepción a un clasicazo de las recreativas de SNK: "Nunca debió de salir en la forma que lo hizo. [...] El personaje principal hacía tantas acciones que podría haberse comparado a un *Metal Slug*. La publicidad estaba en la calle y los jefes optaron por que saliera como estuviera sin importar que no estuviese acabado[205]".

Con *Gremlins*, Topo intentó salvar sus cuentas durante el noventa.

Pero con la llegada de junio se produjeron dos de las noticias más importantes del año para el estudio. Por un lado, Microhobby anunciaba que Topo se había hecho con los derechos para Europa de *Gremlins 2*[206] y aunque en un principio aseguraba que iba a trabajar sobre todas las plataformas –"Topo realizará cada una de las versiones del juego, para su distribución contará con la ayuda de Elite, que será la encargada de comercializarlo fuera de España"[207]–, la realidad fue otra bien distinta: Elite se encargó de los 16 bits y de C64 y fue Topo quien programó las de Spectrum, Amstrad y MSX.

En un reportaje que Microhobby preparó sobre la situación del mercado español, Nieto daba un apunte sobre la negociación para hacerse con la licencia: "Compramos *Gremlins 2* porque podíamos rentabilizarlo. Lo que ocurre es que el proyecto salió como podía no haber salido, porque todas las grandes compañías están como lobos feroces al lado de las productoras de cine enterándose de las películas que van a hacer dentro de quince años para hacerse con los derechos[208]".

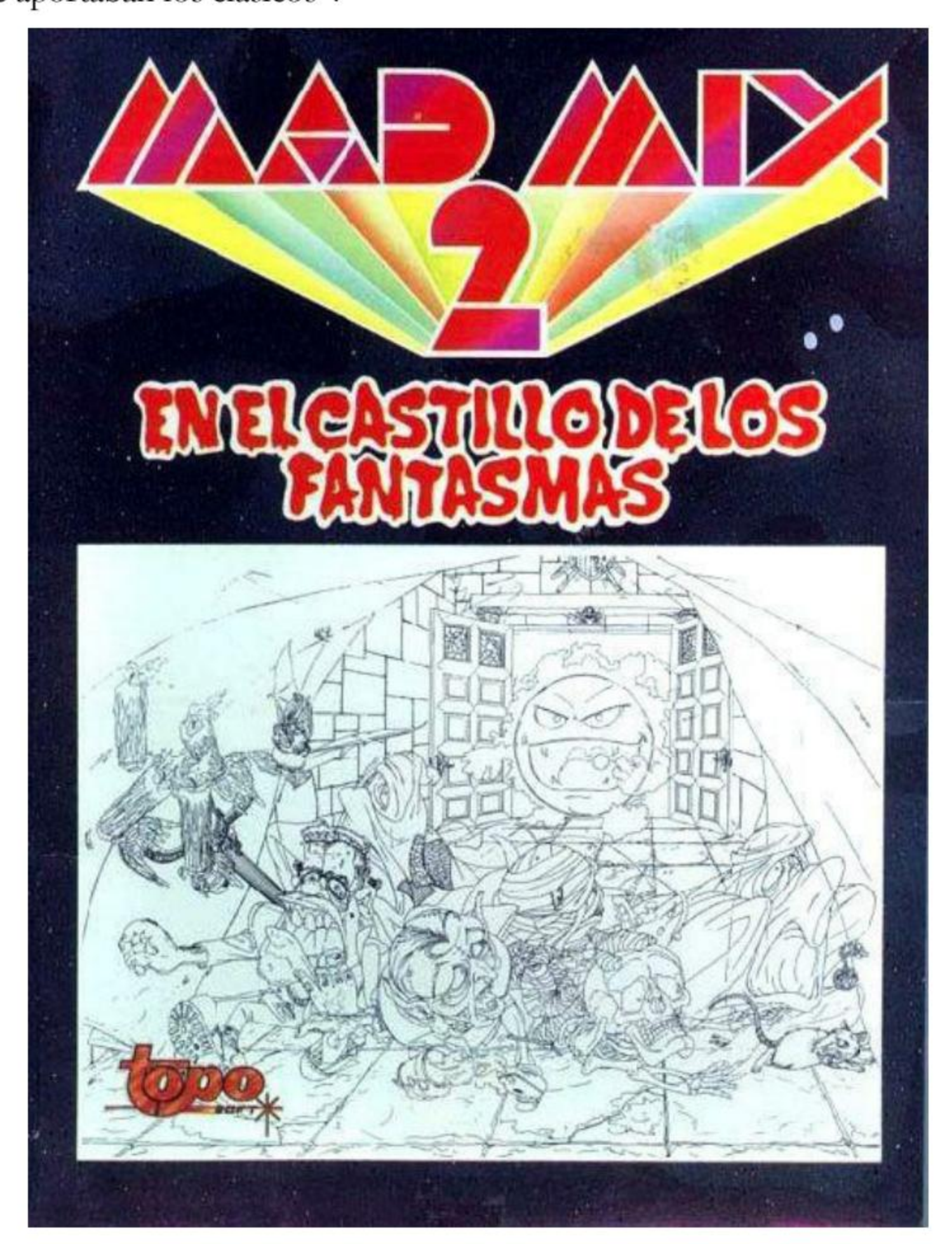
De nuevo, fue Rafa Gómez el encargado de dar la cara para sacar adelante la versión para 8 bits de la secuela de *Gremlins*: "Me pasaron un diseño del juego escrito en inglés y con lo que pude entender hice mi visión, también teniendo en cuenta las limitaciones que teníamos, pero fue muy fácil".

Gremlins 2 fue, tras una larga pausa, una nueva aventura de Topo en el extranjero. Aunque parcialmente oculto por el sello de Elite[209], que se encargaba de su distribución en Europa, el juego obtuvo una buena nota en Crash, que le dio un 86% de valoración y se quejó, de nuevo, de su dificultad[210].

El segundo bombazo veraniego fue el lanzamiento de la secuela de *Mad Mix Game*. La práctica ya se había convertido en habitual, lo hizo Opera con *Livingstone, Supongo*, y a lo largo de los últimos años de la Edad de Oro el hecho se repitió con asiduidad.

El juego, de nuevo salido de la mente de Rafa Gómez, venía a ser al *Mad Mix* original lo que *Pacmania* a *Pac-Man*: una especie de versión en 3D utilizando una perspectiva isométrica. Como había sucedido con *Rock 'n Roller* y *X Rally*, Gómez se sacó de la manga su propio homenaje: "Rafayo[211] siempre *homenajeaba* grandes y, sobre todo, divertidos juegos –explica el mismo Gómez–. Todos, hasta el día de hoy, se basan o toman como partida ideas anteriores e intentan mejorarlas. Cuando hice *Mad Mix* o *Rock*

'n Roller, los juegos que homenajeaba estaban ya considerados la prehistoria del videojuego, por lo que los míos se consideraron una revitalización del género. Mi idea era tomar una mecánica de juego clásica que todo el mundo reconociera al primer vistazo para llevar al jugador a mi terreno. No quise quedarme en una burda copia del original, siempre intenté darle mi toque personal añadiendo muchísimo más de lo que inicialmente aportaban los clásicos".



La portada de *Mad Mix 2* sin colorear. El juego no vendió lo suficiente y la versión a color nunca vio la luz.

Como sucediera con la secuela de *Livingstone*, y que no se repetiría muchas veces más, esta segunda entrega de *Mad Mix* también era bastante buena. De nuevo, Gómez demostró que era posible agarrar una idea, sacudirla y sacar un juego con personalidad propia y que brillara por sí misma. El añadido de la perspectiva isométrica también ayudó lo suyo.

Lorna, uno de los pocos juegos en los que Azpiri trabajó más allá de la portada.

El título, además, tiene una de esas historias curiosas que rodean al *software* español. La explica Gómez: "El juego estaba acabado y se encargó la portada a un ilustrador que era muy bueno pero que se tenía que ir a la mili. Dejó el boceto sin color, Paco Pastor lo vio y, como siempre, dijo:

— "¡Tengo una idea genial! Vamos a publicar la portada en blanco y negro y vamos a hacer un concursito para que la gente la coloree y nos la envíe. Lo reeditamos con la carátula premiada y damos un premio".

"Nos inundaron la oficina de dibujos, algunos profesionales. De hecho, el que ganó lo tengo yo. No sé de quién es, si no se lo devolvería. El caso es que la nueva portada quedó muy chula pero, claro, el juego ya se había publicado y el problema era que la portada original parecía una maqueta. Las críticas estuvieron muy bien pero como no vendió demasiado para lo que se esperaba, no se volvió a reeditar con la nueva portada".

A las discretas ventas de *Mad Mix Game 2* siguió en septiembre *La Espada Sagrada*, una mezcla de videoaventura y *arcade*. De nuevo, otro título que pasó sin pena ni gloria y que sí sirvió para que el estudio tuviera un lanzamiento intermedio entre su primer bombazo del año, el citado *Mad Mix 2*, y la traca final preparada para la temporada navideña compuesta por *Gremlins 2* y *Lorna*.

Lorna, un proyecto que no se puede separar de Alfonso Azpiri, fue la gran superproducción del año. Basado en una rubia despampanante, protagonista de uno de los cómics más famosos del ilustrador, fue programado para máquinas de 8 y de 16 bits. El juego fue un proyecto personal de Azpiri en el que contó con la ayuda de su sobrino Jorge, que se había metido en el mundillo del desarrollo unos años atrás.

"Siempre había pensado que un juego de *Lorna* era interesante –recuerda el ilustrador–. Más que nada, veía que era un personaje que tenía un nombre, un personaje erótico, que podía atraer. Porque en aquella época los niños eran niños, pero no eran tontos. Y les gustaba 'la' Lorna, ¿no? Quería enfocar por primera vez un juego con un toque erótico". El proyecto, de hecho, se puso en marcha cuando

Azpiri trabajaba con Dinamic: "Se grabó a la secretaria, pero no sé por qué se paró, porque se anunció la portada y se quedó ahí muerto". Efectivamente, *Lorna* fue una de esas portadas de Azpiri que Dinamic anunció en su momento[212], como la de *After the War*, pero que nunca llegaron al gran público.

Los hermanos Ruiz también recuerdan que el título comenzó a prepararse, más por iniciativa del mismo Azpiri. "El tótem de Alfonso era *Lorna*, y lo empezamos. Él quería hacerlo, tenía hecha hasta la portada. Pero no había desarrollo. Y no fue porque no quisiéramos, pero entre unas cosas y otras no salía[213]", recuerda Pablo.

Lorna fue uno de los pocos juegos en los que Azpiri contribuyó más allá de la portada, que ha quedado como una de las obras maestras de los 8 bits: "Hice todos los movimientos, cómo saltaba, y los fondos, que eran muy simples". El juego fue, posiblemente, el mayor éxito de Topo durante ese año. Una gran noticia que vino seguida de un mazazo para el estudio y que se podía leer en Microhobby, en la sección Sonrisas y Lágrimas, que en cada número daba una de cal y una de arena. "Lágrimas: Por la reciente reestructuración de Topo Soft, que ha llevado a una importante reducción de plantilla. Si a compañías como esta, auténtico baluarte del *software* español, se le plantean problemas económicos, no es difícil darse cuenta de que el panorama nacional no debe ser excesivamente propicio para la creación e impulso de nuevos sellos".

Pero el mayor golpe, además de un año muy discreto en cuanto a lanzamientos, fue la marcha de Paco Pastor, que se enrolaba en Sega para preparar la llegada a España de Mega Drive, la consola de 16 bits que iba a competir con Nintendo durante la primera mitad de los noventa por llevarse el trono del ocio juvenil. Hasta la llegada de la nueva consola, Pastor se dedicó a potenciar las ventas de Master System, máquina de 8 bits con la que Sega intentaba arañar parte del mercado a los protagonistas de este relato.

"Dejé ERBE por completo. Todos los años se hacía una especie de convención de la industria del videojuego, el Computer Arena. Un año en Malta, otro en París… Y un año se hizo en Palma de Mallorca. Al hacerse en España, estábamos un poco más al frente de la organización. Eran reuniones sólo de profesionales, distribuidores y desarrolladores de *software*. Una vez al año, se organizaba en hoteles: había charlas, conferencias, cada uno presentaba sus productos. En esa convención de Palma de Mallorca se sentó a mi lado un tipo que no conocía, Nick Alexander, el director de Virgin Games. Empezó a contarme el tema de Sega, de la consola de videojuegos. Estuvo toda la noche comiéndome la oreja y yo le decía que las consolas se habían pegado una hostia brutal: la ColecoVision, de CBS, se fue a la mierda. Vino Atari y le costó la ruina… Todas. Nintendo en España no era nada, residual. Aquí el cartucho no funciona, porque además es carísimo, es incopiable. Ni aquí ni en Europa iba a funcionar".

"Aunque este feo decirlo, nosotros teníamos una imagen extraordinaria en el continente. Si alguien quería entrar en el mercado del videojuego en España sabía que el referente era ERBE. Terminamos de cenar y me dijo que al día siguiente daba una charla. Fui y me acuerdo que salí absolutamente convencido de que el tipo tenía razón y de que el videojuego en cartucho iba a funcionar. Andy no fue a la charla y se lo comenté. Y me costó un poco, con Andy siempre tuve problemas de comunicación. A raíz de ese encontronazo decidí irme con el lanzamiento de Sega. Comenzamos con la Sega Master System. Fue una prueba de fuego. Con la Mega Drive nos comimos el mercado".

Unido al velado trato de favor que ERBE ya profesaba a Nintendo y su Game Boy, la marcha de Pastor fue, posiblemente, el golpe más duro para Topo, más que cualquier fracaso de ventas. Para intentar revertir la situación, el estudio optó por tocar todos los palos que tenían a mano para ver si sonaba la flauta. Y aunque hubo proyectos interesantes, el estudio, como los otros grandes a esas alturas, ya había comenzado su cuesta abajo. Hay una cita de Muñoz muy apropiada para entender que el mejor momento de Topo estuvo siempre unido al nombre de Paco Pastor.

"Topo era su juguete, siempre fue una invención suya. No se puede explicar su existencia con la esperanza de ganar dinero. Los demás jefes tenían más que suficiente con el tema de la distribución, que era lo que daba dinero. Lo que Topo produjo era una gota en un océano de importaciones donde llegaban docenas y docenas de productos cada poco tiempo".

El párrafo deja más que clara la situación que afrontaba la firma, y más después de los despidos, que significaron la desaparición de una plantilla estable. Gabriel Nieto se integró en la estructura de ERBE y llegó a la dirección del Club Nintendo, puesto que todavía hoy ocupa. ¿Quién quedó, entonces, al frente de Topo? Quien iba a ser… el apagafuegos por excelencia: Rafa Gómez. Su objetivo era "sencillo": tirar de desarrollos externos para aguantar el ritmo de lanzamientos y esperar a que llegaran tiempos mejores.

203. La compañía se hizo con los derechos de distribución de Nintendo en España y comenzó así una lucha de tú a tú contra Sega. Curiosamente, Andy Bagney y Paco Pastor, que marcharía a Sega, hasta hacía nada miembros de un mismo barco, se convirtieron a en el 90 en competidores directos.

204. http://retrobytes.creatuforo.com/entrevistajose-manuel-muoz-perez-quotrambo-quot-topo-so-tema853.html

205. http://computeremuzone.com/?id=entrevista&pg=7

206. Microhobby, n. 200, p. 6.

207. "*Gremlins 2*, de Topo, aún todo un misterio". Microhobby, n. 201, p. 4.

208. "La piratería, el gran enemigo del *software* español". Microhobby, n. 209, pp. 12-15.

209. En la publicidad sí que aparecía el logo aunque las críticas obviaron la producción española.

210. Crash, n. 85, p. 52.

211. Nombre por el que se le conocía en Topo.

212. Microhobby, n. 104, pp. 38-39. La publicación data de noviembre del 86.

213. La primera mención a Lorna apareció en aquel reportaje que Microhobby dedicó a *Camelot Warriors* en un número especial. Pablo: "La compenetración [con Azpiri] es tan buena que tenemos el proyecto de llevar al ordenador un famoso personaje suyo del cómic, Lorna, que ha recorrido países como Francia, Alemania, Holanda, Italia, etc, con un gran éxito y pensamos que podría ser un programa muy original". Microhobby Especial, n. 2, pp. 54-58.

Para un estudio como Dinamic, que en su primer año de vida había sido capaz de lanzar cinco juegos, que la nueva década sólo trajera con ella tres estrenos era una buena prueba de cómo estaba el patio del *software* español.

Los recursos económicos escaseaban con demasiados frentes abiertos y era una tarea titánica mantenerlos todos a la vez. Además, Europa había hecho el salto a los 16 bits mientras que España seguía anclada en los 8, el principal sustento de todas las compañías que protagonizan este relato, y que las ataba de manos en sus planes a corto plazo.

La expansión de Dinamic por toda Europa se estaba demostrando un error de cálculo, hecho que ha admitido Pablo Ruiz unas páginas más atrás. La explicación, sencilla: en ese ataque de optimismo el estudio quiso ser uno de los grandes europeos y quedó atrapado entre dos tierras, con un mercado europeo que sólo quería 16 bits pero con un mercado local, supuestamente la principal fuente de ingresos, que sólo compraba 8 y con el que era imposible rentabilizar los gastos de los nuevos proyectos.

Teniendo este detalle en cuenta no es de extrañar que Dinamic se jugara el todo por el todo con *Narco Police*, un título producido a medias con Iron Byte, el estudio uruguayo encargado de *Freddy Hardest en Manhattan Sur*, y que contó con la presencia de Nacho –"estuve tres o cuatro meses", aclara– para supervisar el proyecto.

Dinamic siguió la táctica que tantas veces había utilizado: vio potencial en el proyecto y puso su toque personal para sacarlo adelante. "Eran muy buenos programadores pero les faltaba producción. El proyecto de *Narco Police* lo tenían ellos y tecnológicamente era muy bueno, con un primer 3D –rememora Pablo–. Pero el gráfico y la producción faltaban. Nacho se había separado de su pareja y se fue a Uruguay con unos programadores de la hostia y él como grafista y productor. Estos tíos eran unas bestias y se encontraron con otra bestia que lo único que quería era trabajar".

El título era, como dice el mediano de los Ruiz, una novedad importante para su momento. Con un 3D muy primigenio, en tercera persona, nos ponía en la piel de un grupo de operaciones antidroga. Pero lo más importante, poseía un apartado gráfico muy logrado para las versiones de 16 bits y esbozaba lo que iba a ser el futuro de los juegos de acción. No pretendo decir que *Narco Police* inspirara a clásicos futuros como *Wolfenstein 3D* o *Doom*, pero enseñó al jugador por dónde se iba a mover la industria en los años venideros.

El hecho de unirse a Iron Byte propició una situación insólita hasta ese momento aunque hoy nos parezca de lo más cotidiano. Planeado para la campaña de Navidad y con el reloj amenazando según se acercaba la fecha, Dinamic y el estudio uruguayo tuvieron que tirar de la tecnología punta del momento para exprimir el tiempo al máximo, como recuerda Pablo.

"Era histórico. Las versiones venían desde Uruguay y hacíamos envíos de diskete por mensajería urgente. Calculamos que los dos o tres días que tardaba no eran suficientes y montamos un módem de 2.100 baudios que se tiraba toda la noche. Por la mañana, al llegar a la oficina, había descargado la

versión de Amiga que eran quinientos kilobytes. No me lo creía:

Detalle de *Narco Police*. ¿Alguien ha dicho *Doom*?

— "¿De verdad que el juego que ayer estuvo programando Nacho ha venido por satélite?"

"Llegó a Madrid a tiempo esas navidades y lo presenté en París con Ubisoft, que nos lo distribuía en Francia. Se quedaron impactados porque era un escenario en 3D con una historia muy potente".

De aquella relación con la firma gala, Pablo Ruiz todavía recuerda su primer contacto con Yves Guillemot, fundador del estudio y que aún cuando escribo estas líneas sigue estando al frente de la multinacional francesa. "Le conocí cuando nos fuimos de Electronic Arts y empezamos a distribuir país por país. La primera vez que fui allí no era una oficina muy grande. Aún así, eran ricos de familia, multimillonarios, que eso ayuda mucho. Me impresionó porque la empresa era pequeña y él [Yves Guillemot] era rico, y ese esquema mental lo tenía porque estaban todos al mismo nivel y él tenía su mesa sobre una tarima. No tenía despacho ni nada, pero estaba encima de una tarima. No lo he visto en mi vida. [Yves] es una cosa pequeñita, súper blanquito, de haber estado bañado en leche toda su vida. Un encanto de hombre, muy listo. Mira la que ha montado. Ubisoft tenía un equipo que te cagas".

Narco Police fue uno de los últimos grandes éxitos de Dinamic antes de su desaparición.

Narco Police se convirtió en la gran apuesta de Dinamic para ese 90. Un juego que estaba a la altura de algunas de las grandes producciones que los Ruiz habían sacado en los últimos años a nivel internacional como *Navy Moves* y que suponía un esfuerzo titánico en términos de producción. Si unimos ese hecho a la crisis que atravesaba el mercado español se puede encontrar una explicación al reducido número de estrenos de la firma.

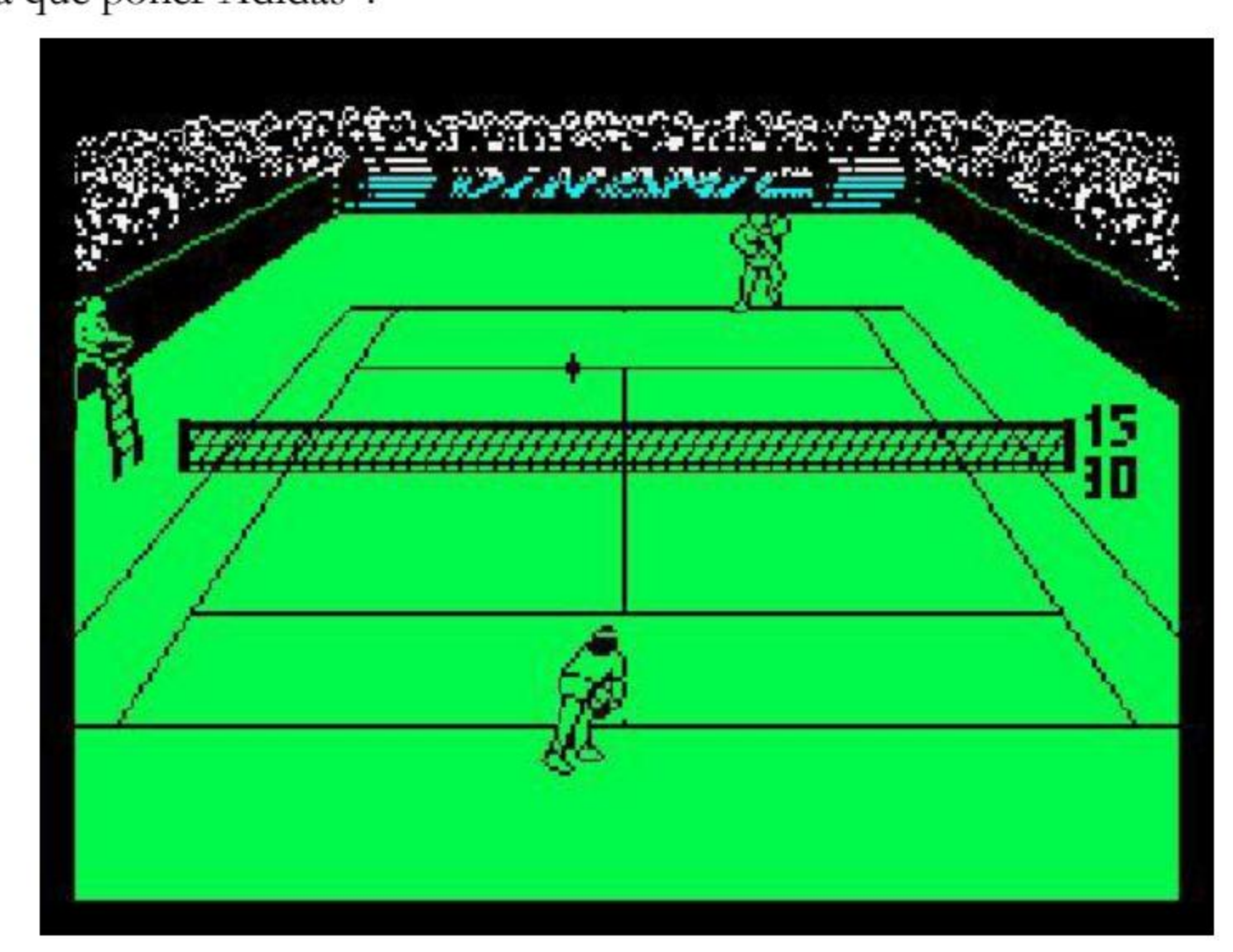
"Lo presentamos en todo el mundo y lo sacamos simultáneamente en cinco idiomas, siete versiones –enumera Pablo–. Editábamos, fabricábamos en España y vendíamos con EA en Inglaterra, Ubisoft en Francia, Rushware en Alemania. Todo fabricado en el almacén de Madrid y exportado hasta Australia. Era un esfuerzo tan grande y en tanto tiempo que por eso nos decían que teníamos que sacar más. Un juego se había convertido en algo tan inmensamente grande…"

Junto a *Narco Police*, Dinamic preparó otros dos estrenos más para ese noventa. Los dos llegaron desde fuera, *Simulador Profesional de Tenis* y *Buggy Ranger*. Este último fue otro título nacido de las tripas de Iron Byte, aunque en esta ocasión se trató de un proyecto pequeño, pensado en exclusiva para 8 bits y que, este sí, demostraba que el mercado para esas máquinas estaba cayendo en picado.

Y estaba cayendo tanto en ventas como en calidad. El mismo Víctor lo reconocía en el documental de C: sobre la Edad de Oro: "En la época previa al colapso no se podia dedicar al desarrollo ni el tiempo ni el cuidado que se requería. Se buscaban productos que se pudieran desarrollar de manera rápida para cubrir un plan de lanzamientos. Cuando un mercado desaparece, la calidad de los productos se pierde".

El juego, que bebía de ese *Moon Ranger* que a su vez inspiró la primera pantalla de *Army Moves* pasó sin pena ni gloria sin gran apoyo del mercado o de la prensa[214]. Sí tuvo mejor acogida el título de tenis, segundo de este estilo que aparecía en nuestro país y que no contó con ningún famoso para la promoción porque en España ya no quedaban tenistas de renombre. Zigurat se había adelantado a Dinamic en su momento y Arantxa Sánchez Vicario iba a protagonizar un juego que Gonzo Suárez, el de Opera, tenía entre manos y del que nunca se supo nada.

"Nos llegó el *Simulador Profesional de Tenis* enlatado, de un tío que le encantaba ese deporte y que te contaba los mejores chistes del mundo, Francisco Pérez Aguilera. Como ya había salido *Emilio* [*Sánchez Vicario*] y era lo mejor, intentamos conseguir la marca de Adidas. Queríamos llamarlo *Adidas Tennis Master*. Tratamos con ellos y, de hecho, en el logotipo del juego donde aparece un Dinamic muy grande en la portada, tenía que poner Adidas".



Simulador Profesional de Tenis, un juego solvente pero que no conseguía superar a su competidor de Made in Spain.

La colaboración con la marca alemana también pretendía incluir un concepto novedoso en los juegos deportivos hechos en nuestro país hasta ese momento y que se iba a convertir en la piedra filosofal de los futuros proyectos de los Ruiz. Me refiero a la faceta *manager* dedicada a controlar otros aspectos de la

partida como las zapatillas que calzábamos o la raqueta.

"Era muy incipiente. Se le añadió la parte de mejora de tu equipo que no lo tenía el juego que trajo este hombre –explica Víctor–. Tenías la opción de comprar y mejorar raquetas. Esa parte se añadió, que la diseñé yo. Recuerdo que lo fui a presentar a Micromanía:

— "No tiene a Emilio pero fíjate, aquí, las raquetas…"

"¿Por qué tenía raquetas en la portada? –interrumpe Pablo–. Porque ibas a poder cambiarlas. Intentamos el marketing pero no salió".

El juego se llevó una crítica más que notable de Microhobby[215] y era un buen simulador, aunque comparado con *Emilio Sánchez Vicario* daba la sensación de ser un refrito con el añadido del *manager*.

Con estos tres títulos Dinamic cerraba el 90 en un momento de luces y sombras. Las sombras ya las conocemos: la crisis del sector cada vez pegaba más fuerte y los 8 bits ya no daban para vivir del negocio. Las luces llegaban en forma de tres destellos, tres oportunidades, tres caminos que se abrieron ante los Ruiz y de entre los cuales escogieron la vía que les permitió abrirse paso a lo largo de esa década.

214. Microhobby le otorgó un 71% y le acusaba de ser repetitivo. Microhobby, n. 204, p. 39.

215. "Dinamic ha creado el simulador de tenis más completo y entretenido". Microhobby, n. 201, p. 41.

Había dejado a Opera a finales del 89 con el lanzamiento de *Mot*, juego que tendría que haber consolidado al estudio pero que se convirtió en un arma de doble filo. Con la crisis comenzando a golpear, las devoluciones del proyecto basado en el cómic de Azpiri se volvieron contra la firma.

El golpe no lo fue sólo a nivel de ventas sino también para el equipo, que después de la marcha de Paco Suárez veía a principios de esa década que también Gonzo y Pedro Ruiz abandonaban la nave. El trago fue especialmente duro para Morales, que perdía a gran parte del grupo fundador.

Gonzo abandonó Opera probablemente a principios de ese año 90, ya que aunque él no es capaz de recordar la fecha exacta –"vaya preguntitas me haces", responde con sorna– sí que se puede dar por hecho que aguantó hasta principios de ese año porque estuvo involucrado en el desarrollo de *Mot*, lanzado en Navidad del 89.

"Me marché por la ambición de hacer un juego completo. En el mecanismo de producción de Opera, la necesidad de un grafista te ponía a hacer demasiados gráficos y poca programación. A mí me fascinaba la programación y los gráficos los hacía… más colateralmente. En cambio, la necesidad industrial de Opera requería hacer más gráficos y ese tempo me era más incomodo. Tenía intención de hacer un juego en producción completa y Opera no se podía permitir ese tipo de lujos. En ese desajuste me fui".

Gonzo se fue del estudio dejando a medias un juego que nunca vería la luz, *Crazy Billiards*, una supuesta mezcla de billar y minigolf que recuerda Morales: "Nos encantaba el billar y muchas tardes jugábamos una partida en horario laboral, por supuesto. De esta afición y algunas charlas pensamos un juego basado en el billar pero con trampas, dificultades, niveles y otras locuras. No lo hicimos porque Opera ya estaba entrando en su fase final y no hubo tiempo".

A su marcha, Gonzo se juntó con Javier Fáfula, programador que había hecho sus pinitos como *freelance* y, juntos, montaron su propio negocio a la vez que moldeaban uno de esos proyectos que tampoco llegaron a las tiendas.

"Fáfula había hecho un juego[216] para Zafiro. Un tío muy brillante que tampoco ha tenido mucho reflejo pero que ha sido una figura importante de aquella época. En un mecanismo un poco pedestre y aficionado montamos una empresa y nos pusimos como locos a trabajar. Hacíamos versiones, sobre todo de cualquier plataforma, a PC. Entre medias hicimos un juego, *Arantxa Supertenis* que era para un tío que teóricamente pagaba la producción. El juego se hizo completo, completo. Cuando se terminó pactamos un precio, pero el hombre se había gastado tanto en la promoción del juego que no tenía dinero para pagar esa cantidad y lo guardamos en un cajón. La cosa terminó ahí pero Javier casi me mata, después de la panzada…", ríe a carcajadas.

Si hubo algo que ayudó en su momento a Gonzo a formar esa opinión tan clara que tiene sobre el *software* español en la Edad de Oro fue el trabajo que realizó durante los meses posteriores a su salida de Opera, cuando entró en contacto con todos los grandes estudios.

"Hacíamos versiones y versiones, que a mí me divertía mucho, porque trabajabas. Siendo muy bestia,

por el hábito que tenía de Opera, las de los demás me parecían una broma. Me llamaban para hacerlas muy deprisa porque tenían que sacar simultáneamente un producto. Hice para Topo, para Dinamic, para [grupos] independientes. Teníamos un conversor que te hacía un trabajo de codificación rápido y te permitía atacar la versión en quince días. Eso sí, trabajando como un cerdo. Quince días durmiendo pocas horas. Te permitía hacer una, descansar quince días y ganar dinero".

La marcha de Gonzo no fue la única que se produjo durante la primera mitad del año, ya que la llegada del nuevo lanzamiento acompañado de un famoso, Ángel Nieto, también significó el abandono de Pedro Ruiz antes de finalizar dicho desarrollo.

"No le veía futuro. No me deprimí porque en aquellos tiempos no se deprimía nadie, pero no lo veía claro. Si con *Mot*, que era un buen juego, nos la habíamos pegado, con el siguiente íbamos a vender menos. Se veía que las máquinas de 8 bits bajaban pero el PC todavía no tenía mercado suficiente. No podíamos acceder a las consolas porque era coto privado de Japón y para que te dieran *hardware* e información para desarrollar tenías que pagar un precio fuera de lugar. No teníamos dinero para comprar el equipo de desarrollo. La cosa estaba muy jodida y no lo vi claro. Sintiéndolo mucho, me busqué la vida, eche currículums y me llamaron[217]".

Para el lanzamiento de *Ángel Nieto*, el equipo de Opera se encontraba, posiblemente, en el cenit de su carrera profesional. Por lo menos en lo referente a número de empleados, ya que a lo largo de ese año el estudio lanzó hasta seis juegos, siendo el del motociclista el primero de ellos. En esa situación de necesidad apareció Igor Ruiz, un grafista vasco que acostumbraba a firmar como Kostandin, y que aguantaría con Morales hasta los últimos lanzamientos de la casa.

"Igor Ruiz vino porque en ese momento estábamos haciendo muchos videojuegos. El tío venía de Bilbao, sus pintas eran para verle… un cromo[218]. ¡Que somos gente normal, tío, vaqueros! Ese día Pedro tenía que ir a Caja Madrid y fue el que le abrió la puerta, de chaqueta y corbata".

— "¡No entro aquí ni loco!", dijo Ruiz.

Igor Ruiz recuerda perfectamente el revuelo que organizó la llegada del motero cuando se acercó a las oficinas para firmar el contrato que le vinculaba al videojuego: "Cuando fue Nieto no se atrevían a abrirle la puerta. Apareció con su hermano, con dos *Harleys*, haciendo ruido con la moto".

Dejando de lado el temor que pudiera infundir el motociclista a un grupo de programadores, *Ángel Nieto Pole 500* fue uno de sus últimos grandes lanzamientos. Un título de motos que apareció a caballo entre el *Aspar* de Dinamic y el *Sito Pons* de Zigurat –que se puso a la venta un año más tarde– y que pretendía rescatar el aire de las recreativas.

"Nos costó mucho porque tuvimos que hacer un sistema que pasó por muchas manos para poder imitar a una recreativa, porque en aquella época no había 3D –explica Morales–. Creo que [tardamos] tres o cuatro meses con un grafista y un programador".

Un mes después de la aparición de la crítica en Microhobby, se podía leer en un pequeño destacado una cita que ha acompañado la mitología del estudio a lo largo de estos años, pronunciada de boca del mismo Morales y en la que se refería a la rentabilidad del desarrollo de juegos comparada con otras áreas de la informática: "Hemos ganado más dinero informatizando la empresa Colgate que vendiendo todos los juegos que hemos hecho desde que empezamos[219]".

Ángel Nieto Pole 500 recordaba, y recuerda, a *Hang On*.

"Creo que lo dije pero que era mentira –reconoce–. Esa pasta era fácil de ganar para los que estábamos acostumbrados. Un desarrollo de quince días que hizo Pedro fue mucho más rentable[220] que pasarse tres o cuatro meses en un juego, que era un disparate. Yo hacía tres al año, si todo iba bien y no tenía que estar metido en otro. Lo que dije de Colgate era cierto en la medida que no ganabas más dinero que con un videojuego porque luego estos tenían muchas pegas. Nosotros vendíamos las cintas en El Corte Inglés y las que te devolvían las pagabas tú, el fabricante. Entregábamos unos videojuegos en su caja, mejor o peor empaquetado y a nosotros nos llegaba la cinta destrozada. Y era contra reembolso del precio original. Cuando hacíamos la venta podíamos recibir el dinero, pero luego venían las devoluciones cuatro meses más tarde que te hacían mucho daño, eran muy peligrosas. Llegué a meter cintas para probar dónde estaba el fallo y venían con canciones de los Beatles. La gente se entretenía en abrir con el destornillador, sacar el juego, meterlo en una carcasa y poner una cinta virgen en el casete para devolverlo a El Corte Inglés. De esas tuvimos muchas".

Poli Díaz, boxeo con vista isométrica. Original era un rato, el resultado final no tanto. El *software* español comenzaba a resentirse.

Con la salida de *Ángel Nieto*, Opera también decidió crear un sello satélite para aglutinar sus juegos deportivos, que en ese 90 fueron legión a pesar de ser una disciplina nueva para el equipo: Opera Sport. Si hasta ese simulador de motociclismo el estudio no había lanzado ningún título del estilo, desde ahí hasta su desaparición desarrolló seis juegos (incluyendo el del 12+1 veces campeón del mundo) de la docena que lanzó.

De ese aluvión deportivo, Opera quiso aprovechar el tirón del Mundial de Italia 90 para lanzar su propia visión de la Copa del Mundo. Una vez más, un juego sin licencia y que se llamó *Mundial de Fútbol* tan panchamente. Por lo menos, tuvo la decencia de no aparecer hasta otoño para no levantar demasiadas suspicacias.

El simulador de Opera no fue un mal juego, pero es cierto que después de los colosales éxitos de *Emilio Butragueño* y *Míchel Fútbol Master* (especialmente del primero) lo tuvo muy complicado para diferenciarse en un género que ya había visto lo mejor de sí mismo para esas máquinas.

El estudio sí entró en terreno (casi) virgen con su tercer juego del sello Sports que mezcló la poco explorada temática del boxeo en nuestro país con la imagen de Poli Díaz. El púgil, que en aquel momento se encontraba en lo más alto de su carrera deportiva, no destacaba por las relaciones personales.

"Un personaje, metido en drogas –recuerda Morales–. Veías a un tío pirado entero como era el Potro y daba miedo. Fuimos a Los Ángeles de San Rafael, donde entrenaba, a tomarle notas y hacerle fotografías de las posturas para que nos diera algunas cosas para el videojuego. Se estaba preparando para el campeonato del mundo y había un chavalín:

— "Joder, este tío con lo irresponsable que es, que le vayan a hacer un videojuego. Y yo que me estoy partiendo aquí el alma, sería la ilusión de mi vida".

¿Sabes quién era? ¡Javier Castillejos! El tigre de Parla. Ese tío ha sido campeón del mundo… ¡Un grande! Un tío que estaba allí y decías, mira el chavalín este".

El juego no era un mal título, con una interesante perspectiva isométrica. Además, hay que recordar que era un género dejado de la mano de dios, sólo Dinamic había lanzado *Rocky* un lustro atrás. Pero como sucedía con los estrenos de estos últimos años, algo había que ya no funcionaba como antes en las compañías españolas y prueba de ello es que este *Poli Díaz* no dejara huella. No era un mal producto, pero como sucedió con la secuela de Livingstone, la frescura y el factor sorpresa se habían perdido por el camino. De *Golden Basket*, producido por Comix, sólo diré que se basaba en el *World Series Basketball* y que, ni por asomo, hacía honor al sello que lo publicaba.

Opera lanzó tres juegos más en ese noventa: dos producciones externas y otro desarrollo propio. De los juegos de estudios y programadores ajenos, *Mithos* fue un *arcade* de esos de macabra dificultad y *Soviet* era el nuevo producto del creador de *Silent Shadow* de Topo, un buen *arcade* que no tuvo tanto éxito como su primera creación aunque no pasó desapercibido para las revistas del momento.

"'El Mañas'[221], era un puto crack, nos hizo *Soviet* –recuerda Morales–. Un crack, un maño con dieciocho años que se presentó en Opera:

— "He hecho este juego".

— "¿Quién lo ha hecho?"

— "Yo".

— "¿Dónde?"

— "¡En Zaragoza! En casa".

— "¿Quién ha hecho los gráficos?"

— "Yo también".

Sirwood fue el último producto con el sello Opera que me queda por comentar. Y termino con él porque significó, en palabras de Morales, el principio del fin.

"¿Cómo fue el final de Opera? Estábamos muy cansados. *Sirwood* lo hice sin muchas ganas. Ya a partir de ahí empezamos a hacer los juegos con cuatro fases, a complicarlos. Noté un cambio serio cuando se fue Pedro, que era el director. Me había contratado en Amstrad y aunque nunca aparecía en ningún juego, era un referente. Pedro estaba cansado. Lo suyo no eran los videojuegos. Era un tío más serio, disfrutó mientras duró pero no estaba en su ambiente. Nos quedamos sin parte de dirección, Gonzo también se fue… Te quitaban la referencia, se empezaba a perder parte del equipo. Aunque seguíamos tres de los socios, ya no era igual".

Efectivamente, Opera ya no iba a levantar cabeza. Problemas económicos derivados de *Poli Díaz* y la misma crisis que azotó al *software* español la debilitaron hasta su desaparición, un par de años más tarde.

216. Se refiere a *Frontiers*, otro de los pocos juegos que nuestro *software* parió en vista isométrica y que pasó bastante desapercibido en su momento.

217. Ruiz se fue al mismo trabajo que todavía mantiene. Está a sueldo de una empresa encargada de desa-rrollar el *software* de los aviones de combate del ejército español.

218. Igor Ruiz también recuerda perfectamente aquella primera impresión: "Me esperaba que serían programadores con gafitas y yo tenía unas pintas de mala muerte, con rastas y todo. Pedro era el más serio, un tío muy majete y que luego era un cachondo, pero imponía porque

era un tío con traje. La primera vez que fui a Topo también flipé, porque eran todos así como heavys, con calaveras, pinchos…”

219. Microhobby, n. 203, p. 4.

220. En el reportaje aparecido en El País en 1987 se hacía referencia a un programa que Opera había hecho para el Banco Exterior de España para recaudar impuestos.

221 Con los años, David Guaita se ha ganado un nombre haciendo las introducciones de algunas películas de éxito como *Torrente*. Especialmente impactante es la de *Balada triste de trompeta*, de Álex de la Iglesia, y que resume en poco más de dos minutos varias décadas de historia de España.

La carrera de Zigurat en el mundo del videojuego durante la Edad de Oro fue inversamente proporcional a de sus otros dos contemporáneos. Si Dinamic y Opera comenzaron con un ritmo de lanzamientos fuerte que aumentó con la bajada de precios y poco a poco se fue hundiendo cuando aparecieron los 16 bits y la crisis que se derivó, Zigurat hizo una jugada a la inversa.

Recordemos que la productora había comenzado lanzando muy pocos productos al año (*Fred*, con Indescomp, en el 83; *Sir Fred* en el 85, cuando solo existía Made in Spain; *Nuclear Bowls* el 86; *El Misterio del Nilo* en el 87) y no fue hasta que la bajada de precios pegó fuerte que decidió aumentar su ritmo.

"Probablemente lo que hacíamos no era lo más rentable, pero éramos incapaces de sacar mucho producto sin que tuviese nuestra calidad –explica Rada–. No hicimos una factoría de juegos contratando gente y sacando novedades, éramos nosotros y teníamos una capacidad limitada porque hacíamos las cosas muy despacito. Todas las herramientas de desarrollo de un producto eran ad-hoc, no teníamos una parte que se dedicara a crearlas. Charlie empezó a desarrollarlas, se le daba muy bien la parte técnica para crear gráficos y exportarlos. Todo eso nos lo fuimos currando nosotros. No crecimos en capacidad interna y eso se tradujo en que hicimos muy poco producto, pero también éramos muy perfeccionistas y nos gustaba hacerlo muy bien si queríamos que nuestros títulos tuvieran un marchamo de calidad. Algunas veces nos quedaba mejor y más divertido, otras nos quedaba un poco difícil y menos divertido, que pasaba mucho. Nuestros juegos eran demasiado difíciles".

La plantilla de Made in Spain al completo. A la izquierda, Jorge Granados, a su lado su hermano Charlie y a la derecha Fernando Rada.

Tampoco fue un aumento espectacular, pero Zigurat pasó a mantener mayor presencia en las tiendas con lanzamientos más numerosos (cuatro en el 88, tres en el 89), táctica que mantuvo en los noventa. A pesar de la crisis, en este año otros cuatro juegos vieron la luz y hasta otros once lo harían antes de que la productora desapareciera.

Jorge Granados y Fernando Rada escoltan a un flamante campeón del mundo, Carlos Sáinz.

La premisa seguía siendo la misma que hasta ese momento: producir juegos externos que tuvieran buena pinta, y en los que Zigurat nunca llegó a lanzar grandes joyas, salvo un par de excepciones, e involucrarse personalmente en un proyecto al año.

El proyecto de 1990 fue una apuesta personal de Fernando Rada. Apasionado del motor, se fió de su instinto para convencer a sus compañeros de que debían apostar por una figura emergente: "Fernando ha sido desde siempre muy aficionado a las carreras de todo tipo, motos, rallies, F1 –apunta Charlie–. Las motos eran las que más le gustaban, pero también seguía mucho los rallies. Un día nos dijo:

— "Tíos, hay un corredor de rallies que es buenísimo. Buenísimo. Campeón de España. Un día va a ser campeón del mundo y el año que viene corre el Mundial. Tenemos que apostar por él porque tiene potencial y capacidad para arrasar".

Esa fue la génesis de *Carlos Sáinz*, un título trabajado a medias entre un estudio externo[222] y el equipo de Made in Spain. Y vaya proyecto… Si tuviéramos que dar un premio al mejor ojo clínico para los fichajes deportivos de los 8 bits en España se lo llevaría Fernando Rada de calle. Rada fue capaz de fichar a un desconocido Carlos Sáinz a principios de año[223] para protagonizar un juego de rallies que no vio la luz hasta diciembre, mes en el que el español estrenaba su primer campeonato del mundo de la especialidad.

"Me gustaban mucho los rallies –recuerda Rada–. Sáinz no había ganado nada todavía pero era un tío al que se le veían muchas maneras. En esa política de buscar prescriptores españoles, al final el deporte era una de las fuentes más populares. Empezamos a hacer bastantes juegos de deportes por eso, aunque no éramos especialistas. De hecho, nuestros inicios no tenían nada que ver: *Fred, Sir Fred, El Misterio del Nilo*. Pero llegó un momento que acompañar un juego de una buena marca era importante para destacar, para tener buena visibilidad. Lo que más fácil nos pareció, después de la experiencia de *El Misterio del Nilo*, era el deporte".

"El motor lo seguíamos bastante. Estaba claro que Carlos Sáinz iba a ser campeón del mundo por la trayectoria que llevaba. Hablamos con él y le fichamos. Fichar a alguien para un videojuego era sencillo porque no tenía la repercusión actual ni la referencias de las grandes corporaciones que hay ahora. Podías llegar a un acuerdo razonable para que fuera sostenible, que el *revenue* que obtenías te diese un porcentaje. Le fichamos y recuerdo que justo el año que ganó el primer mundial, en el 90, teníamos una presentación en un concesionario de Toyota en Madrid. Venía de ganar el campeonato, del aeropuerto, y los medios aún no habían podido hablar con él. El tío se portó con nosotros… Se lo agradezco muchísimo porque para él, después de ganar el Mundial, presentar el juego era una cosa súper secundaria. Fue su primer contacto con la prensa[224], así que imagínate el impacto. Los medios fueron allí porque venía de ganar un mundial. El concesionario se llenó y fue un exitazo".

El título fue un desarrollo externo en el que Made in Spain se puso las pilas para colaborar estrechamente en busca del mejor resultado: "Lo hizo un grupo de Cantabria que conocíamos a través de Fernando que habían publicado un par de juegos –recuerda Charlie–. La infraestructura del juego se la dimos lista a partir de lo que habíamos hecho con *París–Dakar*. Lo desarrollaron con muchísimo apoyo nuestro. No es un juego que encargásemos y nos olvidásemos, sino que estuvimos encima todo el rato, corrigiendo la dificultad".

Granados recuerda que de todos los famosos con los que trabajaron, Sáinz fue el más cercano. Quién sabe si por mera gratitud al haber confiado en él cuando todavía era un desconocido fuera de los

corrillos del motor, pero lo cierto es que el piloto también puso su grano de arena para que el proyecto saliera adelante.

"Sáinz 'sólo' era campeón de España. Iba a correr el Mundial pero era una incógnita. Podía haberlo hecho bien como podía quedar el último. Hablamos con su *manager*, Juanjo Lacalle, y la verdad es que hubo muy buena química entre nosotros. En seguida le gustó lo que proponíamos, le hizo mucha ilusión que creyéramos en las posibilidades de Carlos y hubo todo tipo de facilidades por parte de ellos".

"De los contratos que hicimos fue con el que mejor nos hemos llevado. Los otros, los de Emilio Sánchez Vicario y Sito Pons[225] fueron más fríos, una transacción meramente comercial. Firmamos, les pagamos un dinero, ellos ponían la foto y ya. En cambio, Sáinz se interesó por el juego, hizo una presentación mucho más extensa de la que hicieron los otros, en un concesionario de Toyota. Estaba encantadísimo con el juego, le gustaba, era una relación muy buena. Salimos muy satisfechos los dos lados".

Lanzado a finales de año, cosechó unas notas considerables[226] y no era para menos, ya que Zigurat se sacó de la manga un juego con bastante profundidad para estar pensado para sistemas de 8 bits. A la variedad de escenarios (Montecarlo, Portugal, Acrópolis, Finlandia, San Remo, Catalunya y el RAC) se unían diferentes terrenos (tierra, asfalto, nieve) lo que obligaba a escoger entre diferentes neumáticos y reglajes para afrontarlos con garantías de éxito.

En su lado negativo, una marca de la casa, la dificultad. En gran parte fue el resultado de un *scroll* un poco deficiente que se traducía en un tiempo de respuesta demasiado elevado al jugar. Vamos, que casi había que predecir las curvas para poder adelantarse al circuito y salir del tramo con éxito. Pese a todo, poniéndolo en una balanza, el resultado era más que satisfactorio gracias a mezclar un buen juego con una estrella en potencia.

"Poder acompañar un juego de un personaje popular le daba mucha más visibilidad. Era fundamental acompañarlo de una buena marca. Dinamic, que tenían muy buen marketing, se distinguía del resto de compañías españolas por la capacidad de crear un producto en toda su dimensión, no solamente que el juego fuese bueno, malo o regular. El envoltorio de sus juegos era muy bueno y eso se transmitía a los medios. Tenían mucho ganado, esa trayectoria la tenían consolidada. Buscábamos el apoyo de marcas por eso. A lo mejor nuestro envoltorio no era tan sofisticado, no llegaba a esos niveles, o nuestra parte de comunicación no estaba tan desarrollada, por eso para nosotros era fundamental contar con el apoyo de una marca".

Si el juego fue un éxito para Zigurat en una primera instancia, iba a ser motivo de alegrías más adelante, puesto que *Carlos Sáinz* supuso su mayor logro comercial aunque no fuera para ordenadores de 8 bits. Pero antes de llegar a esa historia, queda tela por cortar y juegos que comentar.

Los otros lanzamientos del año fueron desarrollos de estudios externos y en los que, salvo alguna excepción, la calidad no daba para tirar cohetes. Una de esas excepciones fue *Jungle Warrior*, un *arcade* de toda la vida muy resultón programado por un grupo vasco, True Soft, en el que precisamente había trabajado Igor Ruiz, el grafista que había aterrizado en Opera ese mismo año. Con el caso de *Jungle Warrior* se puede ver cómo tenían que ganarse las habichuelas todos esos pequeños equipos que se dedicaban a programar pero que no estaban metidos en el circuito de los grandes compañías.

No todo eran títulos propios en Zigurat. *Jungle Warrior*, de True Soft, fue uno de los mejores lanzamientos externos.

"Contacté con todos los estudios –explica Igor–. Había lanzado *Evaristo el Punky*[227] con System 4 y fue una mierda total. Conocía a peña que les habían hecho 'pirulas' de no pagarles. Fui a Madrid porque veía que me vacilaban, yo vendía el juego por correo desde Bilbao y me debían ver un niñato. Así que fui para que me pagaran o para que no me engañaran, por lo menos. Ahí conocí a los de Zigurat, unos chavales majos, y quedamos para hacer el *Jungle Warrior*. Como nosotros éramos unos niños que no teníamos mucha pasta, se enrollaron y nos dieron ordenadores. Le pusieron un noventa y tantos de puntuación[228] pero no vendió mucho porque no se vendían muchos juegos. La cosa empezaba a decaer".

Y aunque "la cosa" decayera, como dice Igor Ruiz, Zigurat aún tuvo tiempo para otros tres lanzamientos en ese 90, su año más prolífico. Dos de ellos fueron obra de Gamesoft, autores de aquel famoso *Turbo Girl* que fuera portada de Micromanía: *Senda Salvaje* y *Power Magic*. El primero aún fue un producto consistente, una videoaventura como bien indica su nombre ambientada en una selva, y que obtuvo buenas críticas. No tantas como *Power Magic*, *arcade* de corte más convencional.

El gran éxito de ese 90 fue, a todas luces, el fichaje de Carlos Sáinz. Quizás hubo juegos que, intrínsecamente fueran mejores, caso de *Jungle Warrior* o *Senda Salvaje*, pero como Rada ha comentado unas líneas más atrás, la mercadotecnia jugaba, y sigue jugando en la actualidad, un papel muy importante.

Zigurat se adentraba en la nueva década sin sufrir demasiado los efectos de la crisis, en lo relativo al número de lanzamientos. Obviamente, el tema de las ventas ya era otra cosa, pero al desarrollar exclusivamente para 8 bits tampoco tuvieron que realizar grandes desembolsos para probar fortuna en un mercado, el de los 16, que nació muerto en España. "No hicimos versiones para 16 bits porque para cuando el mercado estuvo maduro, ya estábamos metidos de lleno con Gaelco", explica Granados.

Gaelco. Ese nombre llevaría de la mano a Zigurat durante el final de la Edad de Oro. Pese a que los dos años siguientes certificarían el fin del estudio, estos no fueron, para nada, un camino plagado de

obstáculos como los de Dinamic, Topo u Opera. Zigurat encontró a tiempo un bote salvavidas que le ayudó a llegar a la otra orilla, a hacer la transición y abandonar para siempre los 8 bits con una sonrisa en la cara.

222. Arcadia, habían creado *Arkos* o *El Poder Oscuro*.

223. "Zigurat está que no cabe de gozo por la consecución del Campeonato del Mundo de Rallies por parte de Carlos Sáinz. Cuando ficharon al genial piloto, hace casi un año, su nombre apenas era conocido. Ahora es un ídolo". Microhobby, n. 205, p. 4.

224. Microhobby se hizo eco del multitudinario acto: "El concesionario en cuestión estaba lleno de gente. Jorge, Charlie y Fernando, Zigurat en pleno, estaban tan alucinados como nosotros por el revuelo formado. La tele estaba allí, y el objetivo de las cámaras suponía muchísima más trascendencia de la que se puede imaginar". Microhobby, n. 206, p. 6.

225. El juego no apareció hasta un año más tarde, en 1991.

226. Un 90% en Microhobby. Microhobby, n. 205, p. 29.

227. *Evaristo el Punky* fue uno de los escasos juegos isométricos realizados en nuestro país. Se hizo con un parser 3D, Game Maker, que también utilizaron otros juegos españoles como *Crusader* o *Manollo el Cavernícola*.

228. Microhobby le otorgo un 94% en su crítica. Microhobby, n. 198, p. 40.

No hay mejor botón que demuestre el estado de ruina al que habían llegado los 8 bits que la desaparición de Microhobby. La revista, dedicada por completo a seguir las novedades de todo lo relacionado con los Spectrum, echó el cierre en enero de 1992 porque el mercado, literalmente, no daba para mantener una revista que había pasado de ser semanal a tener una periodicidad mensual.

La misma cabecera lo explicaba en el editorial de su último número[229]: "Microhobby desaparece porque ya no sabemos cómo seguir haciéndola. […] Tememos el que llegue un día en el que no podamos sacarla a la calle por falta de contenidos. […] Las dos casas de *soft* que siempre prestaron más atención a los ordenadores de 8 bits –Ocean y U.S. Gold– ya han anunciado que en 1992 no seguirán produciendo juegos para este formato. La producción española ha languidecido y apenas ofrece cuatro o cinco novedades al cabo del año".

La gota que colmaba el vaso de esta situación terminal llegó en abril de 1992 cuando aterrizó en España "el cerebro de la bestia": Super Nintendo. Con la consola de 16 bits de Nintendo se zanjaba de una vez por todas el debate sobre el ocio electrónico. Las máquinas de Nintendo y de Sega iban a ser las encargadas de dominar con puño de hierro el mercado del videojuego, dejando un pequeño nicho para los jugadores de PC durante los siguientes años. En mitad de todo este jaleo, la Edad de Oro se apagó, con una sonrisa o una lágrima en función de cada caso.

229. "Hasta pronto". Microhobby, n. 217, p. 3.

De las cuatro grandes de la Edad de Oro, Zigurat fue la que transitó por la crisis de los 8 bits con mayor soltura. No lo hizo por tener un enfoque diferente a sus contemporáneos ni por vender más o por conocer la fórmula mágica para atravesar aquel proceso de penurias. No. Es cierto que el estudio nunca llegó a desarrollar para 16 bits, y por ahí se ahorró un pico. Lo decía Charlie en el capítulo anterior, no se metieron en ese berenjenal porque para cuando había un mercado de mínimas garantías, Zigurat ya estaba metida de lleno con Gaelco. Y fue Gaelco, ese nombre que ha citado Charlie en el capítulo anterior, el salvador de Zigurat.

Como ese amigo que todos tenemos y que siempre se salva a última hora cuando parece que va a pillarle el toro, a Zigurat le llegó un regalo en forma de oferta para pasarse al desarrollo de máquinas recreativas y seguir haciendo lo que mejor sabía, videojuegos. El nuevo sector era un negocio totalmente nuevo para ellos y lleno de posibilidades a principios de los noventa.

Pero antes de ese feliz desembarco, Zigurat siguió trabajando como si nada. Es más, el 91 fue su año más prolífico, un dato curioso si tenemos en cuenta que en ese año el *software* español ya estaba completamente cuesta abajo.

"Sacamos muchos juegos externos –reconoce Charlie–. Antes a lo mejor estábamos sacando uno o dos por año y al final sacábamos cuatro o cinco. Influyó que habíamos lanzado títulos de bastante éxito, mucha más gente se animaba a contactarnos y el número de grupos de gente dedicada a programar había crecido. Había mucha más oferta. Cuando empezamos, sacábamos prácticamente todo lo que se nos presentaba porque no había más, en cambio en el año 91-92 sí que había dónde elegir".

Ese mogollón de estrenos no supuso que Made in Spain se apartara del desarrollo –"internamente seguimos el mismo ritmo de hacer un juego cada año, año y medio, que es lo que tardábamos", explica Charlie– ya que sus últimos estrenos, a cargo de Ángel Alda, incorporación tardía al equipo, datan del 92.

De nuevo, su juego de ese año fue un título de motor y, de nuevo, con una cara conocida. Esta vez la temática pasó de las cuatro a las dos ruedas con un reciente campeón del mundo, Sito Pons, que fue el fichaje más complicado para Zigurat, según explica Granados.

"Era uno de los deportistas punteros en ese momento y se hizo súper popular. Con Sito fue con el que más nos costó en el sentido que fue quien más nos disputó las pesetillas y los *royalties*. Mucho tiempo discutiendo el uno por ciento, ahí rascando la peseta –bromea–. Que estaba bien, hizo una cosa que fue provechosa para ambos y era normal que buscara su rentabilidad".

De nuevo, un fichaje para intentar potenciar las ventas en un momento en el que a Made in Spain le quedaban muy lejos los años de *Fred* o *Sir Fred* y que necesitaba diferenciarse de sus rivales, como explica Rada.

"Hubo un momento en el sector en el que teníamos un reconocimiento en las revistas. Pero había mucha gente nueva que entraba y no conocía tu trayectoria igual. Si querías llegar a la mayoría del

público necesitabas un referente que lo hiciera popular. Cuando hay una invasión de producto extranjero tienes que diferenciarte en algo. No era sólo una marca que te ayudara a vender el juego, sino un personaje que fuera popular en España para que tu producto tuviera visibilidad frente al de fuera. Si hubiésemos sacado un juego de motos sin Sito Pons imagino que no habría tenido la misma repercusión. Imposible".

En el contexto actual del videojuego, donde ya no hay franquicias que sobrevivan gracias a la figura de un deportista (quizá *Tiger Woods, John Madden* y poco más), es complicado imaginar este escenario. Pero volviendo la vista atrás, hablamos de juegos sueltos que necesitaban de ese empujón mediático ya que no se habían construido una reputación a lo largo de los años, por mucho que Made in Spain tuviera un recorrido en el género del motor.

"El mismo juego, sin Sito Pons, no habría funcionado igual –certifica Rada–. Seguro, estoy seguro. Tener un personaje que lo apadrinara también te aproximaba al juego de manera más completa. Cuidabas detalles que de otra forma no habrías cuidado tanto, de presentación del personaje. El envoltorio potenciaba la calidad o la percepción de calidad que podía tener el usuario. La mecánica del juego habría sido la misma, pero el envoltorio y la presentación, no. Sí, había diferencia".

La diferencia en este *Sito Pons 500 cc. Grand Prix* la puso una nueva perspectiva de juego, intentando crear una ilusión tridimensional y trasladando, en cierta manera, el concepto de vista isométrica a un juego de carreras.

"Tenía innovaciones técnicas bastante buenas –explica Granados–. Poseía una perspectiva que era como semitridimensional. No era exactamente en tres dimensiones pero era una cosa muy novedosa en su momento. Es un juego del que estoy muy contento pero tiene un problema: nos pasamos con la dificultad. Estábamos locos, lo he jugado años después y es demasiado difícil. ¿Cómo pusimos esta dificultad? En cuanto pasas al segundo circuito no hay quien gane nada. Lo probábamos, pasábamos horas jugando, pero nos pasamos".

Una vez más, la explicación a la imposible dificultad de muchos títulos radica en ese concepto que expliqué en las páginas de Dinamic. Al carecer de un equipo de testeo, los programadores eran los mismos que se encargaban de probar el juego. La dificultad se disparaba por una sencilla razón: los desarrolladores se conocían el juego de memoria –"vas tuneando y llega un momento que lo pones súper difícil", admite Rada– y no veían un reto donde el jugador final encontraba una frustración tras otra.

Sito Pons, juego de una dificultad endiablada, en palabras del mismo Charlie Granados.

"Era lo que nos pedía la gente –opina Granados–. Era muy jugona en aquellos tiempos. Si sacabas un juego más fácil te decían:

— "Bah, esto está tirado".

"La gente le dedicaba unas horas a jugar que no le dedica hoy en día. El nivel de dificultad en general era muy alto, muy alto. No sólo en los nuestros, sino en todos los juegos. Probablemente se debía a que no teníamos un departamento externo de testeo que nos dijera que era imposible. Todo se hacía internamente, con lo cual tú lo hacías dependiendo de lo difícil que te parecía".

Rada apunta a la herencia de los salones recreativos de barrio para encontrar una causa: "El referente de videojuego que teníamos eran las máquinas, que eran muy difíciles porque tenían que recaudar. Teníamos esa herencia. También es cierto que si hacías un desarrollo largo como nosotros llegaba un momento que lo probabas y afinabas tanto que lo ponías súper difícil porque te resultaba trivial pasártelo".

Con *Sito Pons*, los miembros de toda la vida de Made in Spain ponían punto final a su andadura en el desarrollo de 8 bits aunque todavía no lo supieran. Pero antes de abandonar definitivamente ese mundo y, por extensión, comenzar una camino diferente a la protagonizada en la Edad de Oro, Zigurat siguió bombardeando el mercado con juegos para ese mercado moribundo.

Entre los estrenos hubo de todo un poco –"hubo una pequeña explosión de grupos a pesar de que el mercado no estaba bien e intentamos dar salida a todo lo que nos gustaba", reconoce Granados–. Uno de Fórmula 1 que no tuvo ningún pudor en plantar un Ferrari en su portada (¿alguien ha dicho licencias?), varios *arcades* como *Kong's Revenge*, basado en el popular *Donkey Kong*; *Autocrash*, un título de coches de choque; *Smaily*, protagonizado por una mezcla entre el protagonista de *Pac-Man* y el popular logo del *acid house*; o *Piso Zero*, una interpretación de *La Jungla de Cristal*. La realidad al enfrentarse a estos títulos es que muchos no tenían la calidad necesaria y no habrían llegado a la calle de haber salido en

pleno auge de los 8 bits.

Del otro lado de la moneda, *Star Bowls*, secuela de *Nuclear Bowls*, sí que hubiese tenido su trozo de pastel de haber aparecido antes. Un caso que también le sucedió a *The Prayer of the Warrior*, y con este entramos ya en la producción del 92, título con un nivel más que aceptable pero que ha quedado injustamente escondido para siempre entre los escombros de la crisis.

Todavía le quedó espacio a Zigurat para algún que otro lanzamiento (*Stroper*, *Hammer-Head*, *Jump*[230]) y cerrar así sus andanzas en los 8 bits. Pero como hemos visto, desde la aparición de *Sito Pons*, en enero del 91, el equipo original (los dos Granados, Rada) ya no lanzó ningún otro juego de producción propia. El motivo, bien sencillo, fueron los cantos de sirena que llegaron desde las máquinas recreativas. El primer dato lo proporciona Rada.

"El videojuego se estaba profesionalizando mucho, había más producto a nivel mundial. No llegamos a una vía muerta en la que vimos que no hubiera posibilidad de salir porque se nos cruzó la posibilidad de cambiar de sector. Nos pareció más atractiva la dimensión de los proyectos en las recreativas, que era mucho mayor, y nos apetecían nuevos retos, nuevas tecnologías."

Como se desprende de las palabras de Rada, y a diferencia de una situación de necesidad que sí vivió Dinamic, fue la oportunidad la que llamó a la puerta de Zigurat.

"Estábamos en ese *impasse* de meternos a hacer juegos para 16 bits pero, joder, era mucha pasta –recuerda Granados–. Eran finales del 91, principios del 92 y estábamos muy indecisos. Un día recibimos una llamada del director general de Gaelco que nos contó que hacían máquinas recreativas en Barcelona y que estaban contactando con distintos grupos de programación para ver si les interesaba hacer un juego para ellos[231]. Les visitamos y la química fue magnífica, nos entendimos perfectamente. Nos llamó muchísimo la atención el director técnico de Gaelco, para mi gusto la persona que más sabe de *hardware* de este planeta, impresionante. Nos dejó deslumbrados, tenía un laboratorio con tres personas a su cargo y hacía placas que eran mejores técnicamente que las que fabricaban los japoneses con doscientos empleados. Era súper brillante".

Con el cambio de actividad, Zigurat decidió abandonar de una vez por todas el nombre de Made in Spain como marca para sus productos propios y adoptar el de su productora como marca única. Fue ahí, tras ese primer acuerdo con Gaelco, cuando Carlos Sáinz volvió a salir a la palestra para protagonizar otro título que aunque no pudo llegar a buen puerto por compromisos contractuales, sí le sirvió a Zigurat para catapultarse al Olimpo de las recreativas.

"Acabábamos de lanzar *Carlos Sáinz* y decidimos hacerlo para recreativas, que podía salir una cosa súper maja –explica Charlie–. Hablamos con Sáinz, le pareció una idea magnifica, firmamos un contrato y estuvimos un año desarrollando el que sería *World Rally*. En pleno desarrollo, Sáinz pasó de Toyota a Lancia y nos hizo polvo porque teníamos todos los gráficos, las pantallas de presentación, todo, hecho con un Toyota. Aquello era un desastre".

"¿Qué hicimos? No podíamos cambiar el modelo del juego porque teníamos que sacarlo ya y él no podía poner su imagen porque acababa de fichar por Lancia. Rompimos el contrato. Fue una lástima y nos dio mucha pena tanto a él como a nosotros. Nos habría encantado contar con su imagen una vez más y a él le hubiera encantado tener su recreativa. Además es que lo pensaba, era la recreativa de Carlos Sáinz".

Para mayor desgracia, Sáinz había puesto mucho de su parte para que el proyecto llegara a buen puerto: "Nos ayudó mucho en aspectos técnicos del coche o en el tema de las notas de los copilotos –prosigue Charlie–. Nos ayudó a transcribir el 'ras' y todas esas cosas que decía [Luis Moya] para hacer

unas notas reales que se correspondiesen a las que utilizaban los pilotos en aquellos momentos".

Efectivamente, el juego no tenía las notas propias del copiloto sino que aparecían unas flechas en pantalla, al estilo de las que se han visto en infinidad de juegos de rallies, y que indicaban por dónde iba el trazado.

El resultado fue una máquina con un exitazo tremendo pero a la que hubo que hacer ciertos retoques estéticos –en la pantalla de presentación, sin ir más lejos– de última hora para evitar problemas con los derechos de imagen. "Hay chapuzas. Teníamos una pantalla de presentación del juego que salía la foto de Carlos Sáinz. Recortamos un casco, se lo pusimos encima y lo pegamos. Estaba hasta mal hecho. Salió en el 93 y fue un éxito extraordinario de ventas. Coincidió con la época cumbre de las recreativas, fue el año que más recreativas se vendieron en todo el mundo, que más volumen de negocio hubo. De la placa[232] de *World Rally* se vendieron cerca de 100.000 unidades en todo el mundo. Pero no de un juego que cuesta mil pesetas, no, sino de una máquina que cuesta cerca de 200.000 pesetas. Muchísimo dinero. Estuvimos en el punto justo, fue un juego que nos salió divertidísimo, probablemente es del que estoy más contento de los que hicimos. Nos salió redondo en todos los aspectos".

Rada también recuerda la montaña de dinero que hicieron. *World Rally* ganó el premio a mejor recreativa europea y gracias a ese gran éxito inicial se consolidaron en el mercado de las recreativas, que les ofrecía una plataforma mucho más estable para el desarrollo profesional que el que tuvieron durante la Edad de Oro.

"Era mucho más fiable. Podía parecer más arriesgado estar más tiempo desarrollando un producto más grande, porque el proyecto tenía más envergadura, pero en el momento en el que empezabas a recaudar… No hacía falta que fueras a venderla, te llamaban. Era un mercado pequeñito con unos distribuidores europeos, americanos y te llamaban:

— "Esa máquina recauda muchísimo, ¡la quiero!"

"Podías morir de éxito porque te empezaban a pedir muchísimas placas y no dabas abasto en la producción. Si confiabas en tu producto, tenías claro lo que hacías y lo tuneabas para que las curvas de utilización fueran óptimas, la distribución estaba asegurada".

Ahondando en ese mercado más seguro, Rada lo compara a los años del *boom* español y a lo complicado que era dar un golpe de efecto cuando la oferta era excesiva y cada vez era más complicado dar con temáticas que nadie hubiera tocado antes.

"Había muchísimos factores que podían dar al traste con un lanzamiento, la competencia podía sacarte veinte juegos del mismo tipo en el momento adecuado. En el caso de los *arcade* era muy difícil, sabias más o menos lo que hacía la gente porque había sagas, como el *Sega Rally*. El sector estaba fragmentado en una serie de compartimentos en los que cada uno era especialista: Konami era especialista en fútbol y sabías por dónde iban los tiros".

La otra cara de la moneda fue perder toda presencia mediática en un mercado donde el distribuidor era el que se llevaba toda la gloria y dejaba en segundo plano al equipo de programación.

"Pasamos a ser un *developer* puro y duro porque la producción y la distribución la hacía Gaelco. Echabas de menos no estar en primera línea aunque tampoco molestaba. Cuando nos dieron el premio a la mejor máquina *arcade* de Europa en el 94 en Frankfurt, por el *World Rally*, se lo entregaron a Gaelco a pesar de que lo habíamos hecho nosotros".

La contrapartida fue no tener que pasar por la situación desesperada de los otros grandes estudios –"la transición fue bastante dulce", reconoce Charlie– y, a cambio, vivir de ese modelo de negocio

tranquilamente y sin apuros durante unos cuantos años.

"*World Rally* nos dio un impulso –explica Rada–. Ganamos pasta para comprar un local, para desarrollar, pudimos incluso aumentar la plantilla, abordar proyectos más ambiciosos, invertimos en un tema de 3D. Nos asentó totalmente como empresa de desarrollo con una garantía de vida. No nos gastamos el dinero en mansiones, sólo capitalizamos la empresa. Nos vino muy bien porque era un momento en el que te independizabas y te comprabas una casa, pero sí que permitió que el proyecto de Zigurat fuese más viable a medio y largo plazo, nos asentó en la industria".

"Éramos una empresa a la antigua usanza. Veníamos de un sótano o un garaje y nos auto manteníamos, que era lo que hacías cuando no tenías capacidad ni de crecimiento ni de generar una estructura productiva que pudiera dar un retorno económico por encima de cubrir gastos y poco más. Lo que se hace ahora es acudir a las fuentes de financiación y meter capital privado y buscarte un socio financiero. Nosotros lo hacíamos todo a pulso y ese éxito nos dio una seguridad financiera para abordar los proyectos con independencia y seguridad".

Con esa seguridad afrontó Zigurat el final de los 8 bits en España. Curioso. Aquel grupo "francotirador", como lo define Gonzo, y con la justa proyección mediática siguió haciendo lo mismo durante la década de los noventa: lanzando pelotazos aquí y allá desde un anonimato que les apartó de las portadas de las revistas pero que, a cambio, les garantizó la posibilidad de vivir de aquello que mejor sabían hacer.

230. El último de producción propia. Creado por Ángel Alda, que se incorporó al grupo en los últimos años.

231. Jorge Granados, en el documental sobre la Edad de Oro: "Fue como pasar de hacer vídeo a hacer cine".

232. En lo relativo a las máquinas recreativas, las cifras de ventas se calculan por placas. La placa es la pieza de *hardware* diseñada en exclusiva para hacer funcionar un juego concreto.

Puede que el noventa no fuera un año muy productivo para Dinamic, por lo menos en lo cuantitativo. Sí que es cierto que la firma había lanzado una de sus últimas joyas, *Narco Police*, en colaboración con el estudio uruguayo Iron Byte, pero además de ese estreno sólo había publicado dos títulos más.

La situación ya no iba a mejorar hasta la desaparición de Dinamic como tal. De hecho, a lo largo del 91 y el 92, los Ruiz sólo lanzaron cuatro juegos, cantidad ínfima si comparamos la producción cuasi industrial a la que llegaron a finales de los ochenta.

Megaphoenix marcó una de las vías que exploraron los hermanos. Pensado primero para recreativas aunque al final sólo viera la luz en todas las plataformas de 8 y 16 bits[233], no dejaba de ser una versión del clásico matamarcianos *Phoenix*. Dinamic se encontraba ante un dilema a lo largo de esos años. Ante ellos se abrieron tres posibilidades de futuro en el desarrollo de videojuegos, a cada cual más apetecible: las citadas recreativas, las consolas de 16 bits o programar en exclusiva para PC.

Pero antes de conocer cómo se abrieron estas posibilidades y averiguar por cuál se decidió el estudio también hay que mencionar el cambio de sede. No fue un hecho vital, pero era otro síntoma de que los buenos tiempos se habían esfumado. Todo lo bueno se acaba y Dinamic, asociada desde el 86 a la Torre de Madrid, abandonaba la céntrica localización para trasladarse a un chalet. Debido a la ley Boyer y a la liberalización de los alquileres, la Torre se convirtió en un lugar suculento para sus dueños que pidieron por el alquiler una cifra que el estudio no podía asumir, no digamos en un contexto en el que el videojuego vendía nada y menos.

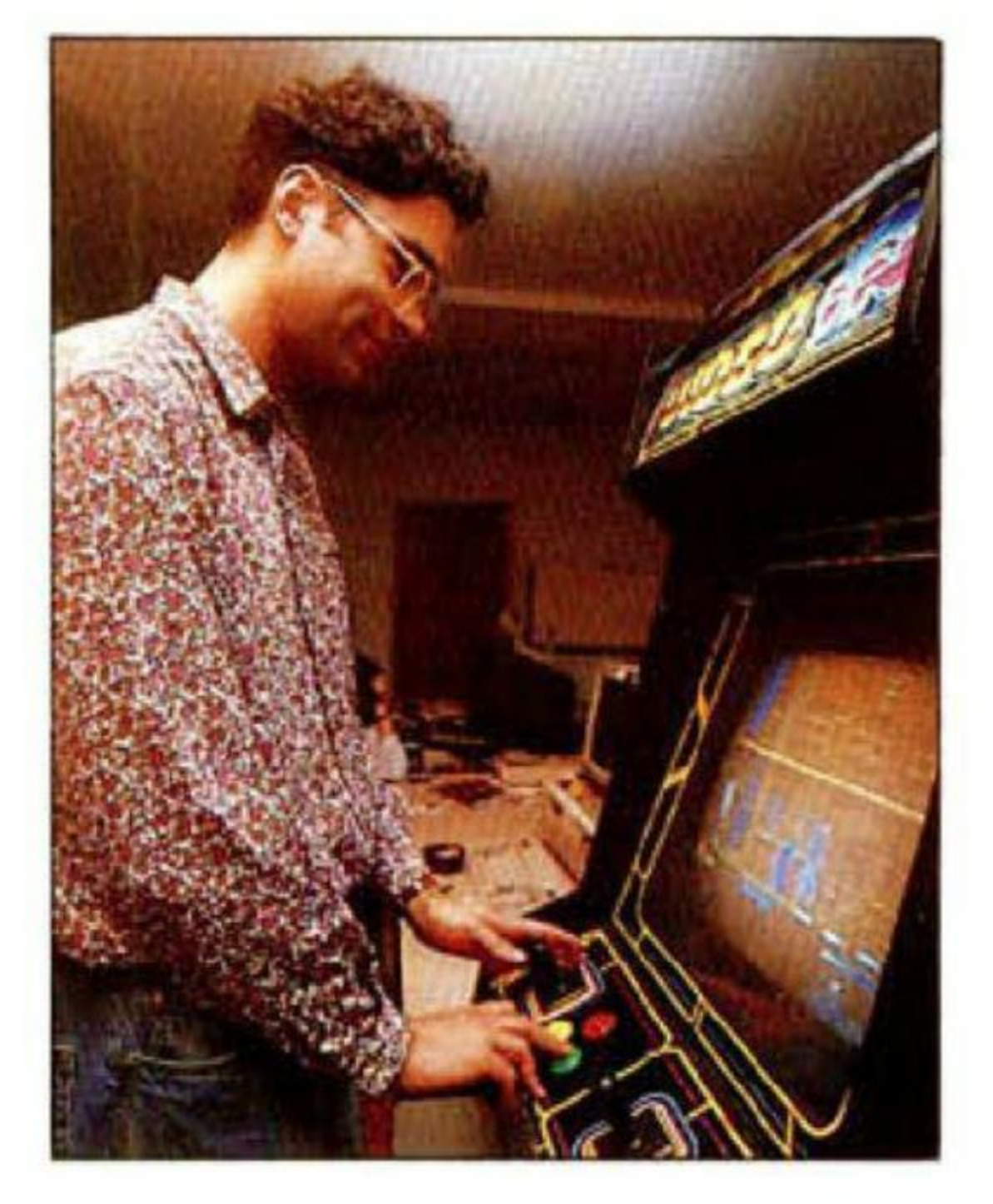
"Encontramos un chalet en la urbanización Las Lomas con jardín, piscina y helipuerto, que no lo necesitábamos. Ahí es donde presentamos las dos máquinas", explica Pablo. Esas dos máquinas recreativas eran *After the War* y *Hammerboy*[234], sueño húmedo de cualquier adicto al salón del barrio metido a programador, y cuya primera noticia apareció, dónde si no, en Microhobby[235]".

"La gente no lo veía, pero hicimos una cosa increíble con las dos recreativas", explica Pablo.

"*After the War* y *Hammerboy*", le interrumpe Víctor.

"Era un sueño cumplido", apostilla Nacho.

"Internamente era el no va más para nosotros, pero el público de Spectrum no se enteraba –lamenta Pablo–. Estuve en la feria de las recreativas de abril del 91 en el recinto ferial de Torremolinos, al lado de Namco, presentando *After the War*. La gente decía que se había acabado la Edad de Oro del *soft* español. Que pensaran lo que quisieran…"



Víctor Ruiz, en una imagen de Microhobby, jugando a la recreativa de *After the War*. Un sueño cumplido para los tres hermanos.

Lo cierto es que para unos jugones como los Ruiz, probar fortuna en el campo de las recreativas debía ser el no va más. Para ello no dudaron en portar *After the War*, *beat 'em up* que ya había probado su valía un par de años antes, y *Hammerboy*, la segunda novedad con la que asaltaron el mercado y que era un *arcade* de sencilla concepción orientado claramente a las recreativas en el que teníamos que defender nuestra posición de un montón de enemigos. Vamos, un *tower defense* en toda regla que les abrió las puertas de uno de los líderes de nuestro país, Inder.

Desgraciadamente, la crisis económica que azotó España, no sólo al videojuego, a principios de los noventa acabó con Inder, que quebró y se llevó por delante las aspiraciones de los Ruiz de jugar un papel importante en ese ámbito.

Pese a lanzar cuatro juegos en esos últimos dos años y a la decepción de las recreativas, en Dinamic todavía había talento para sacar adelante proyectos de envergadura. *Risky Woods* fue una muestra más de ello. De hecho, fue la última gran joya lanzada por la firma, la última de la Edad de Oro del *software* español.

Pero no se puede hablar de *Risky Woods* sin hacer mención a Zeus Software, padres de la criatura y grupo que ya había hecho varios proyectos para Dinamic (*Hundra*, *Comando Tracer*, *Bestial Warrior*) a finales de los ochenta y que se tomó un par de años para dar forma a su obra maestra.

Concebido como un *arcade* puro y duro, tenía influencias claras de clásicos del género como *Ghosts and Goblins* y algún que otro homenaje al manga que lo partía en aquel momento en nuestro país, *Dragon Ball*.

Quien diga que el protagonista no tiene un aire a Son Gohan, miente.

Pero volviendo a *Risky Woods*, no fue sólo la última gran joya de Dinamic, fue la que le abrió las puertas de las consolas de 16 bits, ya que se convirtió en el primer juego español en salir para Mega Drive de la mano de Electronic Arts[236]. La anécdota del acuerdo no puede ser más castiza, ya que se fraguó en unos sanfermines, como recuerda Pablo Ruiz.

"Mark Lewis y David Gardner, de EA, visitaron Pamplona para San Fermín invitados por Javier Busto, director general de Electronic Arts España. Gracias a la ayuda de Busto se organizó una reunión en la habitación del hotel María Cristina donde estaban alojados. Víctor y yo viajamos desde Madrid. Recogimos a Ricardo Puerto y Raúl López, de Zeus Software, en su oficina a las afueras de San Sebastián. Cargamos el Amiga a cuestas y les enseñamos el juego en directo. Les gustó, llegamos a un acuerdo y la firma del contrato se realizó en sus oficinas de Londres.

"Fue un acuerdo mundial. Posiblemente sea uno de los juegos españoles más vendidos, lo lanzamos con EA y lo sacaron como marca propia. No fue Dinamic distribuido por EA, fue Electronic Arts distribuido por EA. Estábamos en una situación de transformación, porque los 8 bits desaparecían, llegaban las consolas y en esas nos preguntamos, ¿nos metemos en consolas? ¿Nos vamos con Electronic Arts?", inquiere Pablo.

"Tampoco nos lo planteamos –contesta Víctor–. Podríamos haber seguido en las consolas pero vimos la dificultad de la negociación con la gente de Japón".

El choque cultural entre el incipiente monstruo japonés y Dinamic fue palpable. La noche y el día, como ilustra Pablo: "Estuve reunido con los japoneses de Sega y de Nintendo. Yo decía, aquí no puedo: te pedían un *royalty* de fabricación, tenían que dar el visto bueno. Estábamos acostumbrados a hacer el juego que queríamos, cuando queríamos y seguíamos vendiendo barato. Aprendimos japonés, ¿te acuerdas, Víctor?".

"Cuando arrancaron, las consolas eran un mercado más rígido –señala Víctor–. Los que hicieron varios juegos para una máquina tuvieron más libertad, pero al principio quisieron ser muy rígidos. Ha pasado igual con Apple al principio de la Appstore. La dureza de la restricción se ha relajado, han visto que no hay ningún problema, que el propio mercado se ocupa de filtrar lo bueno y lo malo. En ese momento tenían ese miedo, que metieran producto malo, porque no había margen de beneficio con la venta de la consola y pensaban sacarlo vendiendo videojuegos. Y tenían que tener eso muy controlado".

"Electronic Arts tardó año y medio en firmar con Sega y, hasta que no arrasó con ellos, Nintendo no le dio licencia –apunta Pablo–. Cuando Trip Hawkins, que era el presidente de aquella, firmó con Sega, con los japoneses, fue un notición".

Pese a la cerrazón nipona, Dinamic tenía un as en la manga de sus primeros tiempos. El dueño de Mastertronic, compañía con la que Dinamic tenía buenas relaciones desde el bombazo de *Video Olimpic*[237], se convirtió en el número dos de Sega en Europa. De repente, al estudio se le abría una puerta para intentar el salto a las consolas y para hacerlo prepararon un golpe de efecto de aquellos que ya habían dado unos años atrás.

Detalle de *Risky Woods*. El parecido del protagonista con Son Gohan, de *Dragon Ball*, es más que razonable.

"Me reuní con Frank Herman –recuerda Pablo– y su pasión era el golf. Le habían nombrado directivo de Sega Europa y me planté con la licencia de Severiano Ballesteros. La Mega Drive era un Atari ST o un Amiga malo, hablando en plata, no era nada para nosotros. Vamos, que no era un problema tecnológico".

De esa reunión, en la que Herman avisó a Pablo de las condiciones que exigía Sega para un desarrollo –"fíjate lo que piden los japoneses", le advirtió–, el mediano de los Ruiz salió con la idea en la cabeza de lo que debería ser el estudio de cara al futuro.

"Nos reunimos con el japonés y se podría haber hecho. Pero dije, ¿optamos por las consolas? *Royalty* por unidad fabricada de siete u ocho libras, porque lo fabricaban ellos. Tenías que mandar a visto bueno el juego. Si no les gustaba, te lo hacían cambiar. Y cuando vi todo eso dije, no. Así que pensamos, ¿optamos por el multimedia del PC? Y nos decantamos por la libertad".

De esa reunión, Dinamic se cerró la puerta de las consolas incluido el juego de Severiano Ballesteros, que jamás vio la luz. Lo recuerda Pablo. "Con el contrato firmado, la primera letra pagada, llegué y le dije:

— "Me he reunido con los japoneses y oye, es que no hay forma. No vamos a hacer el juego".

— "No te preocupes", respondió Ballesteros.

"Y cogió el contrato y lo rompió", bromea el mediano de los Ruiz.

"Nunca sabes. Lo habríamos luchado un poco más y piensas: Seve, Mega Drive, Estados Unidos, Japón… pero en ese momento no lo veías tan claro", lamenta Víctor.

Lo que sí vieron claro los Ruiz fue esa tercera opción que ya ha esbozado Pablo: el citado multimedia[238] y el desarrollo para PC. El salto, eso sí, no fue al vacío. Si Dinamic hizo ese cambio fue porque primero lanzó el juego que marcaría la vía a seguir durante los próximos años y que, curiosamente, se iba a convertir en su último estreno con el nombre por el que eran conocidos.

Me refiero a *Simulador Profesional de Fútbol*, el primer *manager* de fútbol parido por los Ruiz y que mezclaba el componente de gestión de equipos, con una completa base de datos de la liga española y que iluminó su camino a lo largo de los noventa. "El PC empezaba a ser multimedia y nos transformamos con el *Simulador Profesional de Fútbol* que tiene una base de datos con estructura multimedia propia. Al igual que teníamos el R1 para ser multiformato [en 8 bits], ahí habíamos creado una herramienta, el SFX, para hacer multimedia en el PC y dominado por nosotros: manejo de bases de datos, imágenes… Lo que la gente no percibía es que el mercado de Spectrum, de MSX, desapareció", señala Pablo.

Como en los añorados tiempos de la mansión Dinamic, la libertad de hacer el juego que les diera la real gana fue lo que condujo a los Ruiz a apostar por este género y a decantarse por el desarrollo para ordenadores personales. Lo explica Pablo: "El PC nos permitía de nuevo la libertad, sentir que podíamos poner los precios que queríamos. Lo volvimos a hacer como quisimos y lo vendimos en los kioscos a 2.995 pesetas".

Detalle de *Simulador Profesional de Fútbol*. La semilla de lo que iba a ser *PcFútbol*.

Ante un mercado que moría por una parte y que se mostraba impenetrable por otra, Dinamic optó por el camino que más se asimilaba a lo que habían hecho hasta el momento. "Teníamos las máquinas recreativas, que era la bomba, con el líder español pero llegó la crisis de principios de los noventa, que fue muy bestia. Luego las consolas, con Electronic Arts y *Risky Woods* y el multimedia con tecnología propia con *Simulador Profesional de Fútbol*. Spectrum, Amstrad, MSX, Commodore, Atari y Amiga

desaparecieron con la llegada de las consolas. La consola arrasó. En el 91 creo, entre Sega y Nintendo se gastaron 2.500 millones de pesetas en televisión. Era curioso, porque Sega la llevaba Paco Pastor que había sido director de ERBE y Nintendo, Andy Bagney, que había sido su jefe y tenían un pique que te cagas. Si ves el ranking de anunciantes de ese año: Renault, El Corte Inglés, Sega y Nintendo, cosa que no se ha repetido hasta hace pocos años con la Wii.

Tú hacías tus juegos de Mega Drive con Electronic Arts o multimedia y parecía que no existíamos pero no, estábamos híper orgullosos de las máquinas recreativas, de las consolas si queríamos y del multimedia con tecnología propia que es la que permitió hacer la parte *manager*. Optamos por la libertad. Optamos por el *Simulador Profesional de Fútbol*. De hecho, no existe *Pc Fútbol 1.0* porque así lo decidimos, el [primer] *Pc Fútbol* es el 2.0 porque dijimos que el *Simulador Profesional de Fútbol*, que queríamos un montón, era *Pc Fútbol 1.0*. Volvimos a tener libertad y mercado gracias al PC", sentencia Pablo.

Y así fue. Dinamic se olvidó por completo de recreativas y de consolas y se centró en el ordenador personal para comenzar una aventura de la mano del *manager* más famoso que se ha creado jamás en España: *Pc Fútbol*.

La saga no se asoció al nombre de toda la vida del estudio, sino a una reinvención motivada, una vez más, por los problemas económicos que les obligaron a buscar vías alternativas de distribución.

"El multimedia iba a requerir mucho más dinero del que teníamos –recuerda Pablo–. Sólo se vendían juegos de PC, y vendían poco. Si no fuera por el dinero de Electronic Arts, *Risky Woods* no habría dado beneficios, vendió muy poquito".

"El *Simulador Profesional de Fútbol* lo distribuimos en kioscos con Jackson, que también cerró", explica Víctor.

"No teníamos distribuidor de kiosco y necesitábamos mucho dinero", interrumpe Pablo.

"En ese momento llegamos a un colapso –prosigue Víctor–. El de Inder pagaba por las recreativas, pero tardaba. El del grupo Jackson, nuestro distribuidor de kioscos pagaba, pero tardaba. Meses. Claro, es que meses eran meses. Teníamos una oficina, gente contratada[239]. Hablamos con José Ignacio Gómez Centurión, dueño de Hobby Press, que la relación era de hacía mucho tiempo, en busca de posibles *partners* para dirigir la compañía. Le dijimos lo último que habíamos hecho, vendiendo en kioscos. Era su negocio. Descolgó el teléfono, tic, tic, tic y llamó al director de nuestra distribuidora:

— "¿Cuánto ha vendido este producto?"

"No dijo la cifra. Colgó".

— "Vamos a negociar", Víctor y Pablo repiten la frase de Centurión al unísono.

"Vio que si unos nuevos en ese sector habían vendido lo que le dijeran que habían vendido…"

Dinamic se asoció con Hobby Press y fruto de esa unión surgió Dinamic Multimedia. El antiguo sello ni cerró ni desapareció, se dejó de utilizar por la nueva firma que iba a aparecer en el mercado con dos productos que anticipaban una nueva época: *Pc Basket* y *Pc Fútbol 2.0*. Pero esa historia, la de Dinamic Multimedia y la de *Pc Fútbol*, habrá que dejarla para otro libro.

233. Pablo Ruiz admite que la recreativa nunca llegó a pisar un salón de barrio.

234. "Llegaron a fabricarse y a venderse", asegura Pablo.

235. "Sonrisas. Las que suponemos que estará esbozando Dinamic tras la consecución de lo que era uno de sus mayores sueños: ver sus

programas en las máquinas recreativas de los salones *arcade*. Tal honor lo compartirán *After the War*, título de sobra conocido por todos, y *Hammerboy*, uno de los últimos lanzamientos de la compañía […] Se nos olvidaba, sus compañeros en la aventura serán Inder". Microhobby, n. 212, p. 4.

236. Eso sí, la versión de Mega Drive la hizo la misma Electronic Arts. Zeus se encargó del resto (Atari, Amiga y PC).

237. Pablo Ruiz: "Me llevaba muy bien con Frank, que era un hombre mayor. Después de *Video Olimpic* hicimos *Nonamed*, *Hundra* y *Turbo Girl*. Cuando iba a Londres y negociaba con Mastertronic, me mandaba a su hija para salir a cenar. Le decía: 'Oye, ¡entretén a Pablo!'".

238. La palabrita se puso de moda a principios de los noventa, especialmente con el desembarco de las primeras unidades de CD, que permitían almacenar textos, imagen, sonido o vídeo.

239. Una cita de J. Ramón Palacios, miembro de Gamesoft, en El blog de Manu, de Manuel Sagra, ilustra muy bien como la bancarrota del estudio de los Ruiz se llevó por delante a muchos pequeños productores que se vieron abocados a la desaparición: "El detonante fue no cobrar los *royalties* de *Capitán Trueno*. Dinamic se fue a la quiebra, y, en cierta forma, nos arrastró con ellos. Nos mandaban las liquidaciones mensuales de ventas, en dónde nos informaban de las unidades vendidas, pero no la pasta. Eso nos desengañó por completo de dedicarnos a programar juegos. Fue un palo. Caímos con la era de 8 bits, como tantos otros en España. Nunca sabremos si hubiésemos sido lo suficientemente buenos como para dar el salto a los 16 (Atari ST, Amiga), las consolas y el PC. Quizá el palo de *Capitán Trueno* [juego que desarrollaron junto a Zeus Software] nos libró de pegárnosla, unos meses más tarde, con los 16 bits. [Teníamos preparada] una segunda parte de *Turbo Girl*, cuyo aspecto y desarrollo sería similar a *X-Moto* pero con enemigos, y un proyecto bastante ambicioso en 3D, estilo *Knight Lore*, cuyo argumento estaba inspirado en la película *Chinatown*".

Tan diferentes en su concepción, Opera y Topo tuvieron finales cuasi calcados en su travesía por los estertores de la Edad de Oro. Opera, el tecnócrata radical, si se me permite la expresión, la excelencia hecha versión, el equipo lleno de MVPs tuvo un final nada acorde a lo que había sido su carrera.

En sus últimos diecinueve meses de vida, el equipo comandado por José Antonio Morales (Paco Suárez, Pedro Ruiz y Gonzo habían abandonado la nave a estas alturas) aún tuvo tiempo de lanzar algún título interesante, y más de una medianía, por mucho que el negocio del videojuego en España se estuviese yendo directamente por el desagüe.

"A partir de *Sirwood* ya no fue divertido, por lo menos para mí. No tenía gracia, no nos divertíamos igual. Empezaban a aparecer juegos que decías, hostia lo que viene. Llegaron las consolas, el PC comenzaba a pegar muy fuerte. Nos planteamos si era rentable hacer versiones de Atari y Amiga[240]".

En esa situación de transformación, Opera decidió tocar todos los palos posibles para ver si sonaba la flauta, un movimiento que también hizo Topo. Hubo de todo: *Jai Alai*, título de cesta punta muy original, y que desgraciadamente apareció en el momento equivocado; o un *arcade* de corte consolero más que oportunista, *Rescate en el Golfo*, que salió de la mente de Igor Ruiz, y que no era otra cosa que una aproximación a los *arcades* de repartir galletas que lo estaban petando en consolas.

"Era de un menda que daba puñetazos que se iba a llamar *Puños de Acero*. Lo iba a lanzar Animagic. Al final, me contrataron en Opera, vendí este juego, y se convirtió en *Rescate en el Golfo*. El título fue oportunista total. Decían que la publicidad en Micromanía costaba medio millón de pesetas pero no la pagamos porque salió Jesús Hermida en la tele diciendo que era el juego de la Guerra del Golfo[241]".

Morales también dio luz verde a una secuela quizá por aquello de rescatar viejas glorias y comprobar si, tirando de nostalgia, aún se podía hacer caja. Ojo, que la secuela no era otra que *Pogaboo* o, lo que es lo mismo, *La Pulga 2*[242]. Pero el planteamiento de tantos años atrás había quedado completamente desfasado y prueba de ello fueron las críticas recibidas. Además de lanzar secuelas, Morales se embarcó en un proyecto del que nunca se ha sabido nada en los círculos de la retroinformática y que explica por qué Opera siguió esta especie de deriva durante sus últimos meses.

"Nos habíamos organizado alrededor de un concepto muy claro: un grafista, un programador, una idea y a trabajar sobre eso. Pero en aquel momento ya íbamos por mal camino. Venían las consolas. ¿Queríamos estar en este mercado? Era evidente que no habíamos nacido para eso. Éramos muy individualistas, autodidactas. Se hacían juegos mucho más serios y noté que la cosa iba mal. Comenzó la crisis del videojuego, una crisis galopante, y tuvimos que dejar el chalet. Nos dejaron un local que estaba muy bien y ahí fue donde se rompió la baraja".

"Decidí, personalmente, meterme con la ONCE que quería hacer un proyecto para niños sordomudos basado en videojuegos. Las pedagogas vieron juegos y no me preguntes por qué les parecieron más afortunados o más cercanos los de Opera. Me contactaron y nos metimos en un proyecto de dos años, que es lo que estuve haciendo en la última etapa de Opera, que se llamó Opera Plus".

"Me quedé yo [en Opera], que no hice otra que desarrollar, desarrollar y mantener equipos. Antes no llevaba ninguna parte financiera y llegó un momento que cuando me metí al cien por cien aparecieron algunos problemas. Problemas que quería liquidar con el proyecto de la ONCE. Pero necesitaba un cambio de nombre, por eso creamos Opera Plus, para sacar la nueva etapa de desarrollo de juegos educativos. Con el Ministerio de Educación y Ciencia y patrocinado por la ONCE hicimos cuarenta y ocho juegos para colegios de niños sordomudos para que se lo pasaran bien y aprendieran pero no tuvo ninguna repercusión porque fue muy local".

En efecto, como explica Morales, los últimos dos juegos que el estudio lanzó no salieron bajo el sello Opera Soft de toda la vida, sino como Opera Plus por culpa de esos problemas económicos.

"Todo el mundo estaba en declive. Hicimos *La Colmena*, que fue el último intento de hacer un juego junto al de los Juegos del 92, que lo hizo Igor Ruiz y Juan Carlos García[243] en casa y lo sacamos con Opera", explica Morales.

Ambos títulos, ya del 92, supusieron el final comercial de Opera. Y aún así, *La Colmena* fue una joya a su manera, una *rara avis* en la que Azpiri estuvo mezclado desde su concepción. Pensado como un juego de tablero para ordenador y para jugar en compañía, tenía un cierto componente erótico que venía de la mano de los cientos de ilustraciones que el viñetista ideó para el juego. Cientos. Eso sí, con un mercado que todavía estaba compuesto en su mayoría por adolescentes o infantes, la portada sufrió un absurdo retoque para esconder unas nalgas.

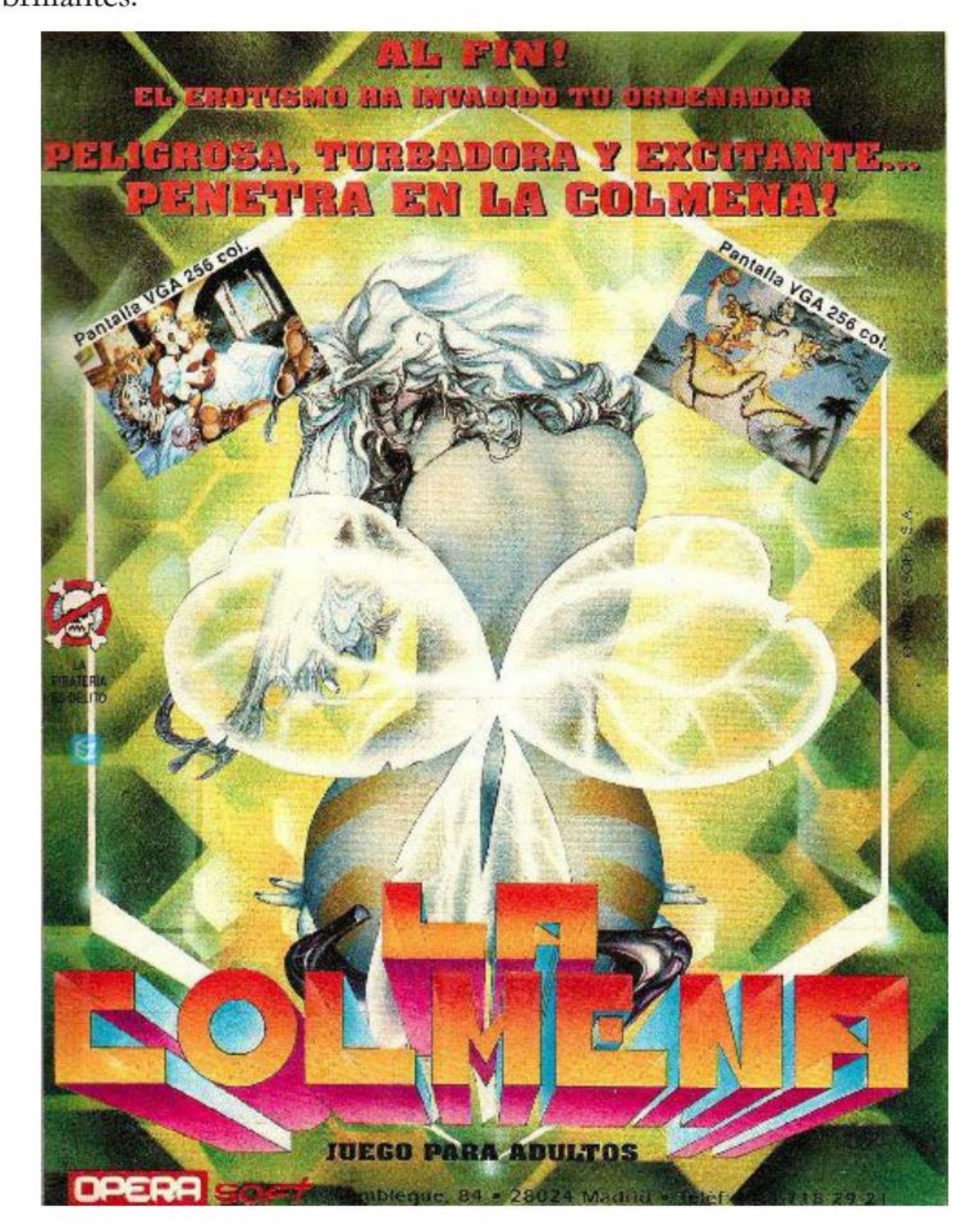
La Pulga 2 no tuvo el eco, ni el éxito, de su predecesora. El videojuego español había entrado en crisis.

"Era un juego erótico, dentro de mi erotismo –explica Azpiri–. Nada ofensivo. Pero cuando entregamos la portada no fue Opera, sino System 4, que nos pidió si podíamos taparla de alguna manera ya que podía causar problemas. A ver cómo coño tapaba eso una vez hecho el dibujo. Monté un acetato y dibujé unas alas de abeja, con aerógrafo, por encima".

Cierto es que el juego se publicitó como "sólo para adultos" o "el videojuego erótico más esperado", pero no hay que olvidar que iba dirigido a un público adolescente en una época en la que Internet no existía y la única oportunidad para ver carne eran las playas de Torrevieja durante el verano o *Ay, qué*

calor en Telecinco. Vamos, que el contenido de *La Colmena* era una minucia.

El título fue el último gran juego de Opera pero Morales aún tuvo tiempo de dar salida a otro proyecto en el que trabajó Igor Ruiz, *Olympic Games 92*, ideado exclusivamente para PC. Basado, como no, en los Juegos de Barcelona, supuso el final de uno de los estudios españoles punteros. Curioso, que uno de los hitos de la historia reciente de nuestro país supusiera el final de uno de los proyectos tecnológicos más brillantes.



Portada modificada de *La Colmena* para no herir sensibilidades en los grandes almacenes.

"Terminé con la ONCE y me fui –explica Morales–. Teníamos una estructura para haber seguido, pero con ese proyecto trabajamos mucho, acabamos muy cansados y dije que ya me bastaba. Me salió una oportunidad y me fui a una empresa que hacía traducciones a Microsoft, de ahí a Canal Satélite y de Canal Satélite a Vértice. Pero la razón principal del cierre, no adaptarnos. Podríamos haber distribuido PC pero me di cuenta de que tenía que montar un equipo con toda esta gente que estaba loca. El día a día de Opera marcó mucho: el chalet, las comidas, el ambiente[244]. Decidí que esa etapa se cerraba y

además no estábamos preparados, ni empresarialmente".

Con *Olympic Games 92* Opera ponía el broche a una trayectoria trufada de momentos de gloria.

Pedro Ruiz también ahonda en esa escasa preparación empresarial del estudio: "Opera fracasó porque éramos un grupo de amigos. No teníamos nada de lo que una empresa debería tener. En Inglaterra, los dueños de Opera ya no tendrían que trabajar, vivirían bien".

La reflexión final de Morales acerca de lo que supuso Opera a nivel personal puede que sea una de las más ricas que me han dicho todos los entrevistados. En definitiva, todos ellos comparten un mismo patrón al echar la vista atrás –el pasado dorado que nunca volverá, el romanticismo de haber sido pioneros en un mundo que ahora está masificado, la oportunidad perdida– pero Morales sabe conjugarlo todo en pocas palabras como epitafio de lo que significó una forma de vida.

"En nuestra época todo era fácil. Hacías cualquier juego y se vendía. No estaba pensado para ganar dinero. Ninguno de los que estuvimos en Opera tuvimos la sensación de que era para hacernos ricos. Lo hacíamos para vivir bien, nos lo pasamos bien, hicimos algo que está ahí. Que cada uno lo evalúe. Cuando eso cambió, no éramos nosotros los que teníamos que seguir, acabamos muy cansados. Un juego te agotaba. Un juego te absorbía aunque fuera una chorrada como *Livingstone*, *Sirwood* o *Mot*. Tenías que estar todo el día diciendo chorradas y llegaba un momento que decías demasiadas. En definitiva, el resumen es que nos lo pasamos de puta madre. No tenía nada que ver con esto de ahora. Nada que ver. No teníamos más intención que divertirnos. Éramos unos chavales y no valorábamos ni lo que pasaba. Yo tengo cincuenta tacos, que se dice pronto. Una de las cosas que más me da por culo de Opera es que el tiempo ha pasado muy rápido. Muy rápido".

240. Antes de abandonar el estudio, Pedro Ruiz también sabía que las consolas iban a pegar fuerte: "Éramos conscientes de que eran el futuro pero nos pedían tres millones de pesetas para comenzar. Era un reto inabordable".

241. “Nos vino bien para aumentar un poco las ventas”, recuerda Morales.

242. “Aún tenía una distribuidora con la que sacar juegos, System 4. Los antiguos colegas, Paco [Suárez], se presentaron en esa época: ‘¿Por qué no hago un juego y distribuimos directamente?’”, explica Morales.

243. Programador del *Desperado* de Topo Soft.

244. Pedro Ruiz: “Debió ser bueno porque lo echamos de menos”.

Con el golpe recibido a finales de 1990, casi podría decir que Topo entró coma en los primeros meses del 91, un estado del que ya no saldría hasta su desaparición. Sin equipo de programación propio, con ERBE más pendiente de Nintendo y sin Paco Pastor, ya al frente de Sega España y metido de lleno en la promoción de Mega Drive, el estudio quedó en manos de Rafa Gómez hasta su desaparición. Esta se produjo *ligeramente* más tarde que la de sus rivales, puesto que siguió con vida hasta 1994 aunque en una situación que en nada recordaba sus primeros años.

"El mercado cambió. Llegó la fiebre de las consolas y se empezaron a vender a destajo, porque hasta entonces la gente que quería jugar sólo podía hacerlo con un ordenador. Y la verdad que era un coñazo, el tema de los casetes era una mierda, la mitad de las veces no cargaban. Topo quedó en terreno de nadie, pero ahí estaba yo. Me cayó y yo encantado. Pensaba que iba a poder hacer muchas cosas pero el problema era que carecía de presupuesto. El mercado se estaba yendo al carajo y yo quería apoyar a mucha gente que se había quedado en la calle. Me planteé que lo que tenía que hacer era tirar de *freelance*: diseñar los juegos, producirlos y buscar a grafistas y programadores. Se hizo lo mejor que se pudo con los pocos medios que teníamos".

En este nuevo escenario, Gómez se enfrentó a una situación de supervivencia en la que ya no había una táctica a seguir más allá de juntar a gente de confianza, sacar proyectos adelante y reeditar packs con los éxitos de antaño para arañar algunos *royalties*. Con ese planteamiento apareció en abril *Zona Cero*. "Es el primero que era una idea mía y que produje. Lo programé yo pero los gráficos se los encargué a Alfonso [Borro, el grafista de *R.A.M.*], que estaba en una situación un poco delicada", explica.

El juego no era otra cosa que una versión "de las carreras de motos de *Tron*", la cinta de culto ochentera y que se concibió como una secuela de *R.A.M*[245]. Pese a tener un equipo de mínimos –"podría haber quedado mejor", reconoce–, Gómez seguía contando con lo mejor del mercado, como se pudo ver en la correspondiente portada de Azpiri.

El de *Tour 91* fue el mismo planteamiento. Quizá para aprovechar el tirón de *Perico Delgado Maillot Amarillo*, Gómez propuso un título calcado al anterior en el que se mezclaban varios de los conceptos que ya se vieron en el primero: una contrarreloj, aunque sin escalar ninguna montaña, una llana, un descenso y un *sprint*. En definitiva, la idea era prácticamente idéntica aunque se echaba de menos, y mucho, aquella cronoescalada en la que te cansabas de aporrear botones y cambiar de marchas. El juego, siendo bueno, carecía de la pegada y la frescura del original.

En esta ocasión, Topo no logró que ninguna cara conocida pusiera nombre al proyecto. Y no fue por falta de ganas, ya que Microhobby aseguraba que el estudio estaba negociando con una ciclista de prestigio[246].

Cuando Gómez ilustra su situación en Topo y ERBE resulta sencillo comprender que el estudio había pasado a ser la menor de las preocupaciones de la distribuidora: "No tenía demasiado tiempo para programar porque llegaron las grandes compañías americanas, Sierra, Lucas Arts. Se comenzó a tantear la posibilidad de que me involucrara en el departamento que llevaba la localización. Los juegos, las

aventuras gráficas, venían en inglés y necesitaban localizarse. Estaba entre dos aguas, intentando sacar adelante lo que quedaba de Topo, que se integró en ERBE, y echando una mano a las nuevas incorporaciones del catálogo de las compañías americanas".

No es de extrañar que, en esta situación, Gómez no tuviera muchos miramientos en aprobar proyectos que incluso le podrían haber costado un susto a la compañía: "El *Tour 91* lo hicimos descaradamente con la idea de aprovechar la marca aunque no tuviéramos la licencia".

El tercero que aprobó, y que supondría el último título de Topo para sistemas de 8 bits, fue una secuela de *Desperado*. Y esta sí que cumplió con todos los cánones de las segundas partes aparecidas en los estertores de la Edad de Oro del *software* español: era un juego bastante flojo nacido al calor de un éxito pretérito y que ni por esas consiguió rentabilizar la inversión. Es más, como suele suceder con esas franquicias que Hollywood rescata en pleno siglo XXI, las secuelas estropeaban un recuerdo feliz de tiempos mejores[247].

Si *Desperado 2* fue el último juego que Topo lanzó para los 8 bits, *Black Crown* se convirtió en el primero lanzado en exclusiva para 16, específicamente para PC, plataforma para la que el estudio centraría todos sus juegos hasta su desaparición, obviando Atari ST o Amiga, las otras dos máquinas de similar potencia. De vuelta a *Black Crown*, el juego era un título muy, muy extraño que Gómez rescató del baúl de las ideas descartadas.

"Llevaba un año dando vueltas. Era un proyecto que venía de antaño, de esos megaproyectos que quedaron en el olvido y en los que se gastó mucha pasta en la portada. Querían hacer una mezcla de juego de tablero y juego de rol en pantalla con la idea de que la gente interactuara con ambos. Si lo piensas fríamente… joder, ¿quién va a estar con el ordenador y el tablero a mover fichitas? –ríe–. Quedó una cosa un poco rara. No estoy especialmente orgulloso, pero fue mi primer juego para 16 bits y lo hice en código máquina, que eso es muy raro. En aquel momento, y hoy en día, ya no se hacía nada así".

Tour 91, casi un calco de *Perico Delgado*, carecía de la frescura del primero.

Como dice Gómez, el título quedó como una rareza y una extraña mezcla de juego de estrategia y de mesa. Curioso, sí, pero que dejaba a las claras que el videojuego interno se había convertido en una actividad complementaria para ERBE.

Con *Black Crown* se cerró la actividad del estudio durante el 91. Al contrario de lo que sí sucedió con las otras grandes casas de *software*, Topo todavía tuvo fuelle hasta el 94 con el mismo planteamiento: pequeños proyectos producidos por Gómez y ejecutados por colaboradores. Con esta premisa aparecieron los últimos cinco títulos de ese estudio que un día se sacara de la manga Paco Pastor.

Desperado 2 era una de esas secuelas que se encargaba de manchar el recuerdo del juego en el que se basaba.

Aprovechando el tirón de los Juegos Olímpicos de Barcelona, Topo preparó dos títulos por separado. *Olimpiadas 92: Atletismo* y *Olimpiadas 92: Gimnasia Rítmica* fueron la apuesta para aprovechar el fervor popular. Aparecidos una vez más para PC[248], el resultado, de nuevo, no sirvió para sacar a Topo de su situación terminal aunque estuvo a punto de costarle un disgusto a Gómez que tuvo que dividir el proyecto en dos títulos independientes.

"Me llamaron del Comité Olímpico Internacional en un par de ocasiones para que retirara el juego. Lo solucionamos separándolo en dos, el de gimnasia y el de atletismo. Los saqué en paralelo, con dos equipos diferentes, y esquivamos al COI, que me estaba persiguiendo". El juego, que tenía una calidad más que aceptable, estuvo a punto de salir a la venta con El País: "Se lo enseñamos y les gustó mucho, pero no sé si por problemas de producción no se podían fabricar los discos. No cuajó".

En esos problemas de licencias podría haber incurrido Gómez con otro de sus últimos productos, *Luigi & Spaghetti*. No, las apariencias no engañan. Estoy hablando de un juego protagonizado por el hermano del fontanero creado por Shigeru Miyamoto y en el que aparecían otros personajes famosos. "Lo protagonizaba Luigi, el hermano de Mario, y tenía que rescatar a Superman. Lo consulté con el departamento legal y me dijeron que no había problema porque no se vendía como una licencia. No recibimos ningún aviso. El personaje no era el hermano del fontanero, era más bien un garrulillo de Soria", bromea.

El que era máximo responsable de Topo asegura que esos tres títulos del 92, sin ser unos éxitos espectaculares, consiguieron un buen número de ventas: "Lo que más vendía en ERBE era Lucas.

Habíamos empezado con Indiana Jones, los juegos de Sierra. Empezaron a venir juegos potentes y Topo seguía siendo el diez o el quince por ciento de la facturación sin tener un apoyo especial, porque no se invertía en publicidad".

Aunque la prensa llegó a decir durante el 92 que la firma estaba alimentando "un rumor[249]" que sonaba "a bombazo[250]", lo cierto es que la situación del estudio era la que era desde hacía más de un año. Y así, como que no quiere la cosa, Topo se apagó lentamente sin que nadie se percatara de ello ni hubiera una fecha oficial de defunción.

Gran parte de la culpa de ese adiós se produjo por las nuevas obligaciones de Gómez en ERBE, que le consumían más y más tiempo y que le llevaron, incluso, al epicentro mundial de la aventura gráfica. "A partir del 93 estaba centrado al 98% en las aventuras de Lucas Arts y en las de Sierra, que requerían mucho trabajo. Me mandaron junto a un técnico de ERBE a hacer un *training* a Estados Unidos, ¡al rancho de George Lucas! Estuvimos una semana o diez días con nuestro poquito inglés. Ver cómo se trabajaba allí fue otro mundo. Veías el departamento de *Rebel Assault* y te encontrabas a trescientos tíos. ¡Joder! ¡Cómo pueden financiar esto! Era la diferencia de planteamiento industrial comparada con la española de hacer lo que se pudiera. Ellos lo publicaban en medio mundo. Para nosotros, publicarlo aquí ya era… todo un hito".

Fuera complejos, en *Luigi & Spaghetti* el protagonista era un conocido personaje de Nintendo.

El hito de Topo, como digo, fue aguantar hasta el 94, año en el que el *software* español estaba sufriendo la travesía del desierto. La firma todavía lanzó dos últimas aventuras, *Super Scrylis*, juego de lógica, y *Luigi en Circusland*, continuación de las aventuras del *hermano del fontanero* y que supuso el punto final. Ese fue el momento que Topo y Rafa Gómez dejaron por completo la producción de videojuegos y ERBE se centró en lo que realmente funcionaba: las consolas y las aventuras de PC.

"Me incorporé al cien por cien al nuevo departamento editorial de ERBE y me encargué directamente de toda la parte técnica de las nuevas compañías: Lucas Arts, Sierra, Maxis, Sanctuary Woods, varias de las que lo petaban por la época. Me hice cargo de ese departamento y en mis ratos libres… de Topo. Aún me llamaba gente:

— "¡Oye, vamos a hacer un juego de puta madre!"

"En aquella época no había futuro, el único eran las consolas. Como distribuíamos Nintendo, intenté en varias ocasiones ponerme en contacto con Japón. Les enviaba juegos para convencerles y hacer versiones para sus consolas. Pero Nintendo era hermética. Se lo comían y se lo guisaban ellos, no había manera. Fíjate, éramos los distribuidores y les estábamos dando dinero a espuertas y no había manera, era un mercado cerrado. Fuera de las consolas, el mercado de los juegos estaba muerto".

Borro, en una entrevista a Computer Emuzone, recuerda que para colmo de males, la inversión necesaria para ponerse con un juego de Game Boy era otro obstáculo insalvable: "ERBE poseía la única licencia en aquel momento para programar para Game Boy en España. El problema era el económico, como siempre. Un nuevo título costaba veinticinco millones de pesetas de inversión además de un coste adicional de 10.000 copias que Nintendo Japón exigía por adelantado. Si la situación era tan crítica, embarcarse en aquellos gastos se hacía casi imposible".

Ese mercado muerto ya no daba el dinero de unos pocos años atrás. Y no por falta de oportunidades, como explica Gómez: "Hicimos un montón de juegos promocionales para El precio justo. Todos los lunes, Joaquín Prat salía en El precio justo con nuestros juegos. También estuve con el estudio de publicidad Ogilvy, me reuní varias veces con Lluis Bassat para que crear juegos para Nutrexpa. Desarrollamos títulos promocionales para Ballantines, que esponsorizaban el *snowboard* y hacían competiciones. También había uno muy famoso de Hugo. Creamos su personaje y le hicimos bastantes títulos a la productora, Videomedia. No eran juegos comerciales, porque no se vendían en la calle, pero conseguí mantener en el mercado y dar trabajo para que subsistiesen a mucha gente que estaba a verlas venir".

Así aguantó Topo hasta el 94, en situación de abandono de no ser por el esfuerzo de Gómez y el empeño de los programadores que buscaban algún trabajo para arañar unos duros de aquí y de allá. Al final, presa del olvido, desapareció sin que nadie certificase su muerte.

"Topo nunca cerró, murió porque se desatendió. De vez en cuando hacía un *pack*, reeditaba juegos para que la gente pillase algo de *royalties* porque yo tenía una buena posición en ERBE. Pero estaba más centrado en el futuro del videojuego y en los juegos que venían arropados por la factoría de George Lucas, de los que se vendían cantidades ingentes y que requerían toda mi atención. No tuve más remedio que dejarlo", finaliza Gómez.

Dos años después de la desaparición de las otras grandes de la Edad de Oro del *software* español, en 1994, Topo echaba el cierre y ponía punto final a una etapa que había comenzado como una aventura de cuatro pioneros y que fue capaz de levantar una industria y alimentar las sueños y las horas y horas de vicio de una generación entera atada para siempre al videojuego.

245. Lo explica Borro en una entrevista a Computer Emuzone: "Después de tener el proyecto muy avanzado gráficamente, se cambió la perspectiva de cenital a isométrica afectando incluso al nombre del juego, pasando de ser la continuación de *R.A.M.* a *Tronner*; y por no poder utilizar ese nombre al no llegar a un acuerdo con Disney, a llamarse *Zona Cero*".

246. Por el titular, parece claro que las opciones eran Perico Delgado o Mikel Lejarreta. Gómez no llevó la negociación, fue Nieto el encargado, y no recuerda el nombre del ciclista, que también podría haber sido Induráin, a punto de eclosionar. Quizá la opción más plausible sea, de nuevo, Delgado, que guarda un cierto parecido con el ciclista que aparece en la pantalla de carga. Gómez cree que si no hubo acuerdo fue por las elevadas pretensiones del ciclista. Microhobby, n. 210, p. 12.

247. Microhobby le puso un 60% de nota, dato que deja bastante clara la calidad del título. Microhobby, n. 212, p. 40.

248. Microhobby llegó a dar por hecha una versión para Spectrum que nunca vio la luz. Microhobby, n. 216, p. 7.

249. Microhobby, n. 215, p. 4.

250. “Los rumores que nos soplaron sobre la nueva bomba de Topo giraban en torno a los fichajes. Y nada de traerse a famosos españoles, hay que tirar la casa por la ventana y contratar a gente suficientemente conocida a nivel mundial”. Microhobby, n. 217, p. 7.

A lo largo de este relato han aparecido varios de los factores que dieron pie a la crisis que acabó no sólo con la Edad de Oro del *software* español sino con la gran mayoría del tejido industrial creado durante los ochenta. En España somos expertos en estas lides, expertos en vivir épocas doradas que pasan ante nosotros sin que seamos capaces de sentar las bases para convertir esos destellos en una constante.

Al videojuego, desgraciadamente, le sucedió algo por el estilo. Entre finales de los ochenta y los primeros noventa se fraguó la gran crisis que acabó con los 8 bits. Encontrar una sola causa es muy complicado, aunque varias voces apunten a la bajada de precios de ERBE. Como suele suceder en estos procesos, existen una serie de motivos que, coordinados, desembocaron en dicha situación fatal más allá de una o dos decisiones aisladas.

Voy a intentar esbozar, con algunos de los testimonios que ya han aparecido en este relato, el contexto que llevó a la crisis, al fin de la Edad de Oro y al inicio de una travesía del desierto para el videojuego español sin intención de pontificar ni de sentar cátedra. La idea, más bien, es tomarlo como un primer acercamiento a un tema del que existen pocos análisis.

¿Por qué murió la Edad de Oro? Para comprender el fenómeno hay que ponerse en situación. Podría decir que la maquinaria productiva española, que vivió una explosión a partir de marzo del 87 con la famosa bajada de precios, comenzó a dar muestras de agotamiento durante el 89 para entrar de lleno en decadencia a partir del 90. César Astudillo, 'Gominolas', me dio en su día una explicación sobre la falta de respuestas a la crisis por parte de la industria. Posiblemente no sea el argumento más científico, pero sí que expresa muy bien cómo se veía el negocio desde dentro.

"No había conciencia de que esa época fuera a tener un final. La Edad de Oro de los 8 bits fue seguida de un gran cataclismo, pero no había conciencia de que fuera a ocurrir. Hay que tener en cuenta que Dro y Topo pertenecían a discográficas y que tenían un modelo de negocio igual al de la música. Del mismo modo que la música había existido desde hacía mil años se tenía la sensación de que se estaba explotando una veta que no iba a tener fin. Era el comienzo de algo muy importante, se estaba creando una nueva categoría de entretenimiento pero no se tenía la conciencia de vivir en una Edad de Oro sino el nacimiento de una Edad de Oro que no iba a acabar nunca".

Es interesante recordar que en ese momento histórico el resto de países europeos habían hecho su transición hacia los ordenadores de 16 bits (Amiga, Atari, PC) mientras que en España el parque de dichas máquinas –de nuevo, la falta de cifras mata cualquier intento de análisis riguroso aunque ni por asomo tenían la popularidad de los Spectrum, Amstrad o MSX– no se asemejaba al de sus vecinos.

Peor aún, dichas máquinas de 16 bits fueron una bendición para la piratería. Si hacer una copia de un juego de 8 bits en casete provocaba copias imperfectas fruto del propio soporte, la llegada de las unidades de disco permitió, ahora sí, tener juegos calcados al original en cuestión de segundos.

El drama era aún mayor si tenemos en cuenta que los costes para desarrollar en 16 bits se habían

encarecido. Los tiempos en los que un solo tipo era capaz de sacar los gráficos y la programación de un juego adelante eran cosa del pasado: los nuevos sistemas exigían grupos de trabajo más numerosos y mayores tiempos de desarrollo. En definitiva, la complejidad del producto desembocó en un aumento de los costes de fabricación que se vio reflejado en el precio de los juegos.

Los títulos de 16 bits eran, lógicamente, más caros que los de sus hermanos pequeños por una pura cuestión financiera: a mayores costes de desarrollo era necesario aumentar los precios para recuperar la inversión con unos volúmenes aceptables de ventas. La traducción en España fue una caída en picado de las ventas de 16 bits. Entre que los precios eran más altos y que la piratería se había puesto más a tiro que nunca, no salía a cuenta hacerse con un original. Un par de testimonios reflejan esta situación.

"Los 16 bits no triunfaron en España porque en diskete se pirateaba todo –recuerda Pablo Ruiz–. El Atari ST y el Amiga se vendían bien, pero no vendían un juego. No teníamos mercado interno: *Navy Moves* vendió en España trescientas copias, literalmente. Todo el mundo se copiaba el 3½. Los 16 bits dieron fuerzas a las compañías inglesas que vendían muchas unidades a veinte libras. En España no teníamos mercado interno, y cuando nos quedamos sin mercado interno…"

"Hacer un juego en máquinas de 16 bits, PC, empezaba a costar mucho más –reconoce Charlie Granados–. Necesitabas gráficos y músicas mucho mejores: no valía un juego de tres fases, tenía que tener treinta. Se volvieron más complejos y para lo que antes bastaba un grupo de cuatro personas, ahora necesitabas a veinte. Los gastos se dispararon y no supimos crecer lo suficiente para meternos en esos costes, no supimos dar ese salto".

En esa tesitura, todas las grandes sin excepción optaron por una vía intermedia que las llevó indefectiblemente a su fin: seguir produciendo a muerte para 8 bits y dar apoyo esporádico a los 16[251], principalmente en los grandes lanzamientos del año. La consecuencia de esta relación comenzó a tornarse fatal para las productoras cuando el parque de ordenadores de 16 bits comenzó a crecer, y con él la piratería, y las ventas de 8 bajaron por el paso del tiempo y la natural transición hacia máquinas más modernas.

Por decirlo de alguna manera, el *software* español encalló, entró en una espiral viciosa en la que su mercado estaba basado en los 8 bits, donde cada vez vendía menos, y lo poco que producía para 16 no vendía nada en nuestro país y en el extranjero no hacía el mismo ruido que antaño. Dicho en pocas palabras: España lo hizo todo mal en esa transición.

"Antes producíamos en Spectrum, vendíamos un montón, y al ir a Inglaterra estaba amortizado y teníamos fuerza para luchar –explica Pablo Ruiz–. En 8 bits había piratería pero había ventas. En 16 no se vendía ni un juego: ni de Atari ni de Amiga, ni uno. Quien compraba un Atari o un Amiga era un expertillo y, como sucede ahora, el que tenía un original era un gilipollas".

"El cambio nos pilló con el paso cambiado –aduce Paco Pastor–. Nadie estaba preparado técnicamente para los 16 bits. Y cuando entraron en el mercado, fundamentalmente con Atari, la consola que más se usaba, el desarrollo nacional no supo reaccionar. En ese momento, por la razón que fuera, no estábamos preparados, ni técnicamente. Topo intentó hacer un juego para 16 bits, *Viaje al Centro de la Tierra* y, joder, era interminable. Solo la pantalla de carga y la presentación eran meses. Nosotros podíamos soportarlo económicamente, pero imagínate eso para otras compañías que no tenían ni la estructura ni el *background* económico necesario. Fue la puntilla".

En ese contexto en el que el mercado de 8 bits comenzaba a ser más escaso, sobre todo a partir de la entrada de la nueva década, fue donde la bajada de precios hizo más daño a las compañías. La medida, que sigue siendo polémica casi treinta años después, ayudó a levantar una industria que necesitaba como

el comer un golpe de efecto que incentivara las ventas para poder profesionalizarse y abandonar ese estado semiamateur en el que vivía.

Pero también es cierto que en el contexto de crisis que comenzó a barruntarse un par de años más tarde, era un arma de doble filo para grandes y pequeñas. Las primeras, Dinamic y Topo básicamente, con una estructura considerable de costes tenían que afinar muy bien sus tiros para que sus lanzamientos no se convirtieran en un lastre. Para las medianas y pequeñas, caso de Opera, Zigurat y todas aquellas que no aparecen en este relato pero que contribuyeron a llenar horas y horas de vicio, supuso una soga al cuello: al más mínimo proyecto que se fuera al garete, el negocio se asfixiaba. El mejor ejemplo de todo esto es *Mot*: era el proyecto estrella de Opera para el 89 y las devoluciones dejaron más que tocado al estudio, que no vendió lo suficiente de un juego llamado a ser un *hit*.

"No es fácil de entender que los 8 bits muriesen –piensa Gonzo Suárez, el más crítico con la bajada–. Lo que murió en España fue el mercado. La dificultad principal era que el coste de producción de un proyecto no se amortizaba. Había un índice de pirateo muy alto, cosa que no importaba especialmente, nunca he estado en contra del fenómeno. La bajada a 875 pesetas permitía un ingreso aceptablemente bueno en grandes ventas. Pero si no estabas en esa franja de grandes ventas, estabas frito. No podías amortizar y el hábito del consumidor ya estaba hecho. No había retorno. Para juegos externos podía funcionar porque no estaban apoyados en nuestro mercado, pero la producción española sí se cimentaba en el mercado local y el nuestro no era capaz de absorber la capacidad de producción. A pesar de nombrarse como la Edad de Oro, nuestro mercado era la base principal de amortización de un juego, a pesar de que se exportara. Sin mercado interno no hubo manera de reflotar las ventas".

De las palabras de Gonzo se puede extraer una conclusión clara y que se pudo observar durante los años que componen este último bloque: con los precios derivados de la bajada y el volumen de ventas que manejaban las compañías, cada vez menor, la industria española entró en una espiral autodestructiva: se redujeron los ingresos, se redujeron los lanzamientos y, con un menor número de lanzamientos al año, era imposible crecer y volver a las cifras de finales de los ochenta.

LA PIRATERÍA, el gran enemigo del software español

Reducciones de plantilla, traslados de oficina y renovación en los planteamientos, han sido, durante los últimos meses, algunas de las acciones más comunes dentro de las principales compañías de videojuegos españolas. Ante estas drásticas medidas, Microhobby ha reunido a los máximos representantes de esta industria y les ha planteado la siguiente pregunta: ¿existe una crisis grave en el software español?.

Microhobby reunió a algunos de los personajes que pueblan este relato para hablar de la piratería y la crisis del videojuego español. Gabriel Nieto, a la izquierda; Víctor Ruiz, en el centro a la izquierda; José Antonio Morales, en el centro a la derecha; o Jorge Granados, a la derecha, protagonizaron el debate.

"A los productores que producían poco, la bajada les ponía en una tesitura muy compleja. Esa medida tenía potencial si producías mucho", sentencia Gonzo.

Aunque haya quedado más que claro que nuestro país no supo hacer la transición a los 16 bits, ésta no fue una causa terminal para la Edad de Oro. De hecho, el éxito de Atari y de Amiga, que tan bien comenzaron a finales de los ochenta, se fue por el retrete cuando en los últimos meses de 1990 Mega Drive y Game Boy, o lo que es lo mismo, Sega y Nintendo, entraron en escena y cambiaron de un plumazo el paradigma del videojuego en Europa para las próximas dos décadas.

De nuevo, lo que podría haber sido una oportunidad para los estudios españoles, fue una puerta cerrada a cal y canto por completo por culpa de las reticencias de Sega y Nintendo ante el *software* venido de fuera por una pura cuestión cultural. Los nipones querían control sobre un mercado que en los 8 bits era, si se me permite el vulgarismo, una casa de putas, una tierra de nadie en la que cada estudio campaba a sus anchas y producía resultados muy dispares en la calidad de los estrenos. Con el nuevo paradigma, Japón establecía unos controles y unos requisitos que había que cumplir. Aunque la técnica no fuera motivo de aislamiento, España ya había demostrado sobradamente que la tenía, era necesario ganarse el favor de los ejecutivos de Tokyo para dar ese salto.

"Opera tenía una capacidad descomunal para adaptarse a cualquiera –apunta Gonzo–. Una consola era una broma para Opera, seguro. Técnicamente había la capacidad de adaptarse, de contratar licencias de consolas".

No adaptarse a los 16 bits, la muerte del mercado de los 8 y las consecuencias de lo que supuso la bajada de precios en un contexto de pocas ventas fueron los grandes males que llevaron al videojuego español a ese punto final. ¿Cuál fue la gota que colmó el vaso? Todas las grandes –a excepción de ese extraño movimiento de Topo al publicar dos juegos en 1994– extendieron su vida hasta 1992. No es casualidad que fuera el primer año después de muchos de bonanza en el que la economía española entraba en recesión.

La crisis económica de principios de los noventa no acabó de por sí con la Edad de Oro, pero supuso la puntilla para el consumo. Plagó de nubarrones negros un paisaje en el que salir a buscar inversores, la única tabla de salvación para la mayoría de las compañías, se convirtió en una misión imposible a excepción de Dinamic, que gracias a su asociación con Hobby Press pudo seguir adelante con otro nombre.

"Necesitábamos un inversor para darlo –asegura Charlie Granados–. Pero creo que a muchos nos asustó dar ese paso, meter a alguien que invirtiera un dinero importante ante el que ibas a tener que responder y con quien tendrías que cumplir unos plazos de desarrollo estrictos".

Granados, y Zigurat, no tuvieron problema frente a la crisis ya que les surgió la posibilidad de desarrollar para recreativas. Topo murió en el seno de ERBE, olvidada entre la marea de las consolas y el aluvión de aventuras gráficas. Opera habría sido la única candidata a recibir ayuda externa, además de Dinamic. ¿Por qué no la recibió? Muy simple, en 1992, el videojuego no dejaba de ser el ocio de unos pocos adolescentes. Una industria que movía dinero, sí, pero que ni por asomo se había convertido en el mastodonte que es ahora y tampoco daba síntomas de serlo. Dicho en otras palabras, apostar por un estudio de videojuegos en una situación de recesión económica era una frivolidad. De las gordas.

Por todo esto, y por algún otro factor que se me puede escapar, murió la Edad de Oro del *software* español. Uno de los momentos más brillantes de creación de videojuegos en nuestro país finalizó de manera abrupta por culpa de la coyuntura económica, de un mercado moribundo, de la piratería y de una industria que no supo adaptarse a los nuevos tiempos. Con la muerte de los grandes estudios desapareció una forma de hacer y de entender el videojuego, pero también se pusieron las primeras piedras del camino para que las generaciones futuras, que ya están dando muestras de su talento en la actualidad, pudieran recoger su testigo y poner en marcha un renacimiento. Ese testigo quizá no signifique que cualquier tiempo pasado fue mejor pero, por lo menos, demuestra que, aquella, fue una aventura maravillosa.

251. A excepción de Zigurat, que nunca desarrolló para 16.

Badajoz. 19 de Febrero de 2011. 6:00. Exteriores del Pub "La Velvet" después del Festival de Perfopoesía Aristas Martínez.

— "¿A qué te dedicas?"

— "Ahora mismo tengo una actividad internacional para promover el videojuego español con el Instituto Cervantes".

— "¡No me jodas! ¿No sabes quién soy yo?"

— "¿Y tú? ¿Tú sabes quién soy yo?"

— "¿Tú sabes qué es *Bugaboo*?"

— "La Pulga. 1983. El primer videojuego español".

— "Pues yo soy Paco Portalo".

Y así, unos pocos días antes de viajar a Tetuán para comenzar la que sería la gira mundial *Pasado, Presente y Futuro del Videojuego Español*, conocí a uno de los pioneros de esta poderosa industria cultural.

Había escuchado que *La Pulga* estaba re-versionada con una capa estética más acorde con los tiempos pero, a decir verdad, sólo habíamos pensado en incluirla en la exposición mencionándola en una de las cartelas. Sin embargo, este encuentro nocturno me permitió contactar con "Paco & Paco" los cuales accedieron sin ningún inconveniente a que la nueva versión de *La Pulga* estuviera también en el material interactivo de la exposición.

La exposición (organizada por ARSGAMES y financiada por el Instituto Cervantes) recorrió Tetuán (Marruecos), Cracovia (Polonia), Porto Alegre, Sao Paulo, Río de Janeiro, Recife (Brasil), Sidney (Australia), Manila (Filipinas), Albuquerque (Estados Unidos) y Estocolmo (Suecia) con juegos de la llamada época dorada del *software* español y con algunas muestras de material completamente nuevo y –en algunos casos– aún inédito (concretamente *Alien Spidy* de Enigma Software).

FX Interactive nos cedió los derechos de uso de clásicos de los ochenta (y noventa) como *Aspar GP Master*, *Army Moves*, *After the War*, *Camelot Warriors*, *Capitán Trueno*, *Don Quijote*, *Fernando Martín*, *La Guerra de las Vajillas*, *Nonamed* y *Narco Police* con los que José M. Robles creó un lanzador con estética ZX Spectrum. La diferencia es que nuestro "Spectrum-Lanzador" en su banda de colores tenía una línea roja de más, lo que formaba la bandera de España entre el resto de la gama. En la exposición también contábamos con material gráfico y vídeos de otros juegos españoles contemporáneos como el reciente *Castlevania: Lords of Shadow* (con el permiso de Konami), *La Abadía del Crimen* (versión de Antonio Giner), *Invizimals*, *PlayEnglish*, *PlayChapas* y *Patito Feo* (con el permiso de SCEE España), el ya mencionado *Alien Spidy* y *Legends of War* (gracias a Enigma Software), el nuevo *Army Moves*, *Hollywood Monsters 2*, *Sacred*, *Runaway*, Saga *Imperium* (más contribuciones de FX Interactive) y materiales de empresas más jóvenes del sector como OneClick, Digital Jokers o Milkstone. El incombustible Alfonso

Azpiri y el enérgico Marcos Domènech cerraban el círculo con toda una muestra de arte gráfico muy reconocible tanto en los juegos del pasado (*West Bank*, *Abu Simbel*…) o del presente (*Killzone*).

El objetivo de la exposición era: por un lado mostrar una tradición en la creativa, espontánea y floreciente producción española de videojuegos durante los ochenta y principios de los noventa; por el otro, mostrar una polifacética industria moderna y de calidad en plena expansión tras el *blackout* que se ha producido entremedias.

Por si fuera poco Michael Santorum (Mercury Steam), Mar Canet (Lummo), Daniel Sánchez-Mateo (Digital Jokers), Julián Martín (OneClick), José M. Fernández Spidey (Metodologic), Javier Candeira (Barrapunto) y Jesús Fabre (The Gamer Inside) abordaron temas relacionados con la producción de videojuegos, su relación con el Arte o la Música, el emprendimiento empresarial o los aspectos sociales del mismo ante una audiencia que, en algunas ocasiones superó las cien personas.

¿Cómo hemos sido recibidos? Puedo decir que quizá sea una de las actividades del Cervantes con más demanda (ya que más de la mitad de los centros repartidos por el mundo la solicitaron), pero lo importante fue ver cómo un público joven se interesaba tanto en los trabajos –tanto modernos como clásicos– que en algunos casos las conferencias se prolongaban a más del doble del tiempo original debido a la sesión de preguntas (en el caso de Manila incluso se agotaron las baterías del micrófono). Hay interés por esta industria y también hay una demanda de ayuda para la creación de sus propios títulos. Los jóvenes de estos países preguntan: ¿qué hemos de hacer para crear videojuegos? ¿Quién puede enseñarnos? Y, en algunos casos, no obtienen respuesta. Esto les obliga a ser pioneros de igual forma que lo fueron nuestros jóvenes y adolescentes en España durante principios de los años ochenta. Jóvenes con energía y mucha, muchísima creatividad que gracias a su espíritu soñador levantaron verdaderos emporios y llenaron de sueños las estanterías de varios grandes almacenes de Europa, Estados Unidos y Latinoamérica. Gracias a estos jóvenes se forjó en nuestro país el tejido de una industria cultural también alimentada por publicaciones (Micromanía, Microhobby, etc.), programas televisivos, de radio, algunos de los cuáles aún existen.

En ese momento, España salía de una era de recesión y aislamiento con algunos parecidos económicos a nuestra situación actual. Estos jóvenes con sus experimentos técnicos, estéticos, de marketing y de negocios lograron generar no poca prosperidad a un nutrido grupo de personas que componían esta cadena de internacionalización de producto digital nacional, a la que hizo falta un punto de locura y pasión parecido al que llevó a "los Steves" a crear el primer computador Mac en un cuartucho. Estoy seguro que de haber vivido en un país del Primer Mundo como Inglaterra, Alemania, Estados Unidos o Francia y no en la agarrotada y endogámica España post-dictadura, estos precoces empresarios serían hoy dueños de Multinacionales de la talla de Ubisoft, Codemasters o Rebellion Developments (con el permiso de FX Interactive, que va por el camino).

España cuenta a día de hoy con una ingente masa de profesionales muy bien cualificados en los campos del grafismo (2D y 3D), programación, diseño, etc. Pero es imposible competir (y por lo tanto, ganar dinero) si no continuamos invirtiendo en Educación (la cabeza) y atrayendo inversores tanto nacionales como extranjeros (la cola). Sin educación es imposible tener una buena materia gris productiva en un campo tan especializado como éste y, sin capital de riesgo (algo casi inexistente en nuestro país) no podemos dar oportunidades de negocio a los nuevos productos que estas mentes brillantes y preparadas están constantemente ideando. ¿Resultado? Los estudios extranjeros están llenos de españoles que en la mayoría de los casos están mejor apreciados (y por supuesto pagados) que en casa.

Quizá la industria del videojuego sea uno de los marcadores más claros a la hora de indicar cuán lejos estamos de conseguir un posicionamiento claro y ventajoso frente al resto de los países que sí cuentan

con una buena infraestructura económica, de producción, marketing y distribución; y no solo en cuanto a la industria del videojuego en concreto sino tecnológica en general.

Como bien indica Jaume, en este momento nos encontramos otra vez en una época dulce de producción y expansión en donde empresas del sector como Sony o Konami han puesto sus ojos en la creatividad y buen hacer de estudios patrios como Mercury Steam, Novarama o Tonika Games. Pero es un paisaje en el que otros muchos se abren camino por cuenta propia para demostrar que sus trabajos son de sobrada calidad sin importar qué obstáculos (casi siempre económicos) se encuentren por el camino (Over the top Games, MilkStone, Abylight, etc.). Estoy convencido que sin una tradición como la de aquellos pioneros "ochenteros" que pusieron las primeras piedras del camino el panorama sería aún más difícil para todos ahora. ¿Aprovecharemos la ocasión esta vez?

Actualmente el mercado del videojuego no es solamente un sector cerrado a la producción de ocio digital interactivo para ordenadores y consolas, es también un nicho de mercado con productos en los campos de la educación, la salud, el deporte, la ingeniería o la innovación en donde las empresas españolas demuestran una flexibilidad y capacidad de adaptación acordes con las exigencias del mismo pese a la falta de apoyo institucional.

Ocho Quilates (al igual que *Pasado, Presente y Futuro del Videojuego Español*) es una muestra de que en un sector dominado por una cosmogonía, códigos, historia, estética y fantasía claramente anglosajonas y japonesas es lícito volver a reclamar un espacio para los códigos, cosmogonía, mitos, estética e historias de un universo completamente diferente: el latino.

Flavio Escribano es presidente y fundador de ARSGAMES, colectivo dedicado al estudio y la difusión del videojuego.

Este libro no habría sido posible sin la ayuda de demasiada gente. Vaya desde aquí una especial mención a José Manuel Fernández por haber soportado mis incansables preguntas, por haberme dado el ánimo necesario en los primeros momentos poniéndome siempre en la dirección adecuada y por haber permitido que hiciera uso en demasiadas ocasiones de su inagotable conocimiento de la historia del videojuego (de hecho, sabes que este libro lo deberías haber escrito tú); a Juan Carlos Caballero, que se ha pegado un currazo impresionante para corregir el texto y al que le debo el mayor halago profesional recibido hasta la fecha; a David Navarro, que también puso su granito de arena corrigiendo; a Flavio Escribano, por creer en este proyecto; a Manuel Pazos por no dejar que mi ignorancia informática supusiera un obstáculo para escribir este relato y a Elena por aguantarme demasiados días de quejas, resoplidos y lamentos ante la posibilidad de no llegar a tiempo a la fecha de cierre.

También merece una mención destacada Ferran González, un gran tipo y mejor persona que no ha dudado en embarcarse en este proyecto sin apenas conocerme, y Ariel Frigoli sin el que habría sido posible que este libro viera la luz; Manuel Moreno, de FX Interactive, y que me ha soportado en demasiados correos pidiéndole respuestas y materiales; los hermanos Ruiz y su paciencia infinita con mis interminables dudas; Paco Pastor, capaz de responder a cualquier pregunta, por trivial que fuera; José Antonio Morales, que me concedió una de las entrevistas más divertidas que he hecho en mi carrera; Rafa Gómez, el primero al que tuve la ocasión de entrevistar hace ya casi cinco añazos; Andrés Samudio, un trozo de pan; y Charlie Granados y Fernando Rada, que han estado al pie del cañón para responder a dudas puntuales. Y, por supuesto, el buenazo de Javier Cano, un tipo que se merece lo mejor de este mundo.

Aprovecho para enviar un fuerte abrazo a todos aquellos que en su día me recibieron o me concedieron un minuto de su tiempo para que este libro saliera adelante: César Astudillo, Juan Delcán, Malena Menéndez, Julio y Gonzalo Martín, Alfonso Azpiri, Miguel Ángel Villas, Gonzo Suárez, Paco Suárez, Pedro Ruiz, José Manuel Muñoz, Paco Portalo, Igor Ruiz, Paco Delgado, Carlos Abril, Nicolás Lecuona y José Luis Domínguez, del que llegué a pensar que nunca lograría entrevistar. En esta lista también tienen un lugar todos aquellos que han creído en este proyecto y me han dado su apoyo y ayuda para sacarlo adelante: Rafa Corrales, Jesús Fabre, Daniel Parente, David Sanz, Manuel Sagra, Bolo Muñoz-Calero, Roswell, Alberto Corral, Carolina Lorén.

Y, por supuesto, no puede faltar una mención a la escena internetera que lucha por mantener la llama del retro encendida. Especialmente importante ha sido Computer Emuzone para que se publicara este trabajo, sin semejante biblia del *software* español todo habría sido mucho más difícil de poner en contexto; El Mundo del Spectrum también ha sido una fuente de información precisa y rigurosa, con algunas entrevistas muy interesantes; World of Spectrum, otra biblia para todo lo que tiene que ver con el micro de Sinclair, ha sido el referente en muchos momentos de duda y la referencia básica para consultar datos sobre el videojuego español en el extranjero.

Ferran Balsells también se merece un lugar en letras de oro, ya que sin su empujón este proyecto habría

quedado en el olvido en el que cayó a lo largo de 2009 y 2010. Gracias a Daniel Aznar, Jorge Fernández, Gerard Gassol, Xavi Ceamanos y Heriberto Araújo por alejar mi mente del trabajo cada vez que nos hemos encontrado. A Roberto Méndez, Sharif Hassan, Borja Rivas, Jaime Martín, David Vidal, Álvaro Rivas y Victor Cintas por darme cobijo en Madrid y enseñarme lo que duele un verano. A Jennifer Rey y María Cajo por las interminables noches etílicas barcelonesas durante el año y medio que tardó en gestarse este libro. A Roberto García, Alberto Rodríguez y Manuel Torío por demostrarme que basta con verse una vez al año, y beberse unos benjamines, con dos cojones, para mantener una amistad y pasárselo de puta madre. A Samuel Valderas, Eugenio Román, Roberto Morato, Óscar Pérez y Alberto Rodríguez por haber hecho del cine algo más que ir a ver películas y convertirlo en un equilibrio de troleos, risas y persecuciones a famosos.

Pero este libro no habría sido posible sin otros muchos factores. Sin Tita y sus incansables ganas de jugar, que han sido la excusa perfecta para desconectar cuando las letras se amontaban en el monitor; sin Daft Punk, banda sonora de todas las Microhobby que revisé en su día mientras me documentaba para comenzar a investigar; sin la HBO, Juego de tronos y Walter White, que me han ayudado a tener la mente despejada y a pensar en otras cosas que no fueran 8 bits; sin nuestro buen amigo Barracus, que en un Jack Daniels Music Day me enseñó a ver la vida con otra perspectiva; sin Ruben Yuste, Marta Soria y la correspondiente docena de Krispy Kreme (originales, eso ni se pregunta) cada vez que me acerco a Londres, sin We are standard, que ha puesto el hilo musical a las últimas semanas de escritura; sin *el indio de Guardiola*, lugar de refugio de los viernes por la noche.

Pero, y prometo acabar, este libro no habría sido posible si mis hermanos no le hubieran comido la oreja a mis padres en algún momento de los años ochenta y hubiesen metido un MSX en casa. Sin ese MSX quien esto escribe no sería el que es hoy: no habría jugado a *La Abadía del Crimen* en su día, no habría jurado en arameo cuando una carga se iba al garete después de veinte minutos de espera, no habría llegado a la cima del mundo en el Footballer of the Year y no habría construido un currículum jugable que me llevaría, "veintitantos" años después, a salvar la Tierra junto a Shepard en *Mass Effect 3*. Y lo que queda.

Estos son los responsables de que el segundo volumen de Ocho Quilates. Una historia de la edad de oro del *software* español se haya publicado. Vaya desde aquí mi enorme agradecimiento a todos y cada uno de ellos: Josep Febrer Salord, Hilario Javier Vidondo Aznar, xa.bi, Roberto Morato Francisco, Manuel Ángel Arnas, @igvina, Juan de la Cruz García García, oskirod, Julián Garrido Pérez, Carlos Ferreira del Castillo, Pere Lluís Vidal García, Juan Siso Rodríguez, José Zanni (Josepzin), Antonio Lozano García, planetbasura, Pablo García Almarcha, tarkus666, Enrique Vázquez, Javier Frutos Marcos, Salvador García Morán, David Guerrero Montemayor, Juan José Torres Díaz, Claudio García Chulia, Adolfo Fernández Hernández, Juan Francisco Torres Chica, araubi, Óscar Centelles López, Víctor el Fino de Benejúzar, Alfonso Vicente Martínez Fernández (Sr. Presley), Ángel Agudo, Juan Carlos Sastre Iglesias, Don Ramón Mendoza Fontela, Francisco Cabrera Fuentes, Rubén Hidalgo García, Carlos Fernández Higueras, Daniel Carbonell (DWALIN), Txelis Hermosilla (DarthTxelos), Juan Jesús García Montaño, Fidel Pérez (@bonzofx), José Luis Pérez Cruz, Alejandro Fuentes Simón, José Manuel Alonso Castro, Pedr0the, Nogarden, Mulder2k, Jordi Ramos Montes, Julen Zaballa (Asadapi), Eduard Valls Roca, IbaiSD, José A. Alcalde Hernando, Alberto Ruiz de Infante Pérez, Arcanus, David Gili Casals, Char, Sebastián Tito Rodríguez, Vicente Simón, Víctor Cerezo Olmo (vEK), Rubén Amado Castro, José Antonio Silva López, bovirtual, jjmarin, Luis Benito Campillo Fernández, Rafael Páez Valle (mafrune), Elías Fraguas, LoCyber, Daniel Franco Murcia, Marco A. Rodríguez Soto, salvacam, Víctor Huarte, Nacho Requena, Álex Sojo, Jorge Chavarría Pacheco, Manuel Sagra de Diego, Cristian Viver, Carlos Mejuto Adán, Luis Alberto Bermejo Rodríguez, Óscar Bermejo Rodríguez, Javier Palacios, IMD–The Evangelist, Manuel José Prieto Cáceres, Iago José Corral López, Sergio Presa, jmgarcia, Isidoro Martínez Vélez, Federico Peinado, Íñigo Ayo, ARSGAMES.NET, José Luis Vázquez–Poletti, Commodore Plus, Emilio Rubio, JM Robles, Víctor Ayora, José Enrique García Martín, Sergio José Mtnez. Primiani, Tender Pixel Art–FloppyDerno, José A. Gil Ayube (Konamito), Antonio Paniagua Fernández, Xisco Servera Campomar, Alfred Morancho Martín, flguille, Vampirro, Joaquín Relaño Gómez, Jordi Rosa Zamora, Iban Nieto, Oscar Perles Jiménez, Jorge Jiner, Rogeman, Jesús Mesa Anquillano (Bad_Spencer), Juanve, César Jiménez, Juan Antonio Pérez Ortiz, FOS, @barracus, Pedro García Vázquez, Álex González Bermúdez , Óscar Vila (77run), Antonio Dos Santos Torrijos, Txema Oncina Campos, Toni Martín (pixelsmil), Shiruf, Òscar Treminio Gómez, Mario Rodríguez González, Julio Martín González, Sergio Pallarés (GoodKloner), julianfese, Luis Francisco Álvarez Martín, José Barberán Humanes, miguelou, Óscar Vidal (Schmelzend), Josevipons (kabila), litos.net (Carlos de Ana), José Ramón Grela León, Nicolás Lekuona (Atarian), Sandra Gisbert Sellés, Eduardo González Joyanes, Iván Díaz Álvarez, Luis Imperiale, Mario Oliván, Daniel Fernández Salazar, Iker del Campo, Pedro D. Verdugo, Joan Bolumar, Yomismo69, Francisco Javier González Cañete, Antonio Luis Carvajal Alba, jpadilla, Benjamín Rivas Ruiz, voaberto, Antonio Arias Sánchez, Natalia Puyol Cremades, David Seoane Alonso-Ablandeo, Nicolás José Rodríguez Gutiérrez , Félix Espina, Packo Jacko, Adolfo Fernández, KFR_Hector, Jordi Arnal Montoya, aguijon, Cis García, Ángel Domínguez, Nacho Planas , David Gómez Andión, Jose Manuel Pérez Araújo, jgp79, orion el pastor, Eneko, Carlos Bermúdez Ariza, monthyp, Jesús Fidalgo, Pedro Domingo Herrera Pérez, Jesús D.

Moyano Díaz, Jordi Carrillo Barcons, Volatil Volador, javieraldana, sirelion, Jose A. López, Jorge García Requena, nanomuelle, masc7777, Javier Prieto Martínez, David Porqueras Araque, Alberto Fernández Iglesias, Javier Reyes Balaguer, David Miralles, Hernán Ojuel Escobar, Lorenzo Barrionuevo, Po, Sergio Serrano Hinojosa, Jon Cortázar Abraído, Carlos Castreño Muñoz, Marcos Morcillo Rueda, Diego Fernández López, Eduardo Sebastián Manso, XeNoMoRPH (José Antonio Díez García), Ángel Castillejo, Javier Ortiz Carrasco (tbrazil), Moisés López Rojas, Paula Amado Fernández, Ángel Barbero, @diariodeunjugon, Diego Vizcaíno, José Luis Reyes Ferrero, Marta Bueno Vilella, Santiago Merino Vaca, Roberto Pastor Ortiz, Fernando Blanco, Guillermo Señas, chaky, Héctor González Prieto, Íñigo Pradera Salazar, Carlos Alcañiz García, Daniel Estévez García, jose.a.marti, Julián Lamas Rodríguez, sorgioporex, David González (Davken), Francisco Huerta, Antonio Ortiz Carrasco, Íñigo Perez, drphibes, Bisarma, emallo, David Cabezuelo, paucm, duka, Robert D. Buen, algova, alejarrag, JMV, Francisco Muñoz García, Andrés de Pedro Álvarez (HtDreams), Jesús Sánchez Balsera (@jsbalsera), Roberto J. Rodríguez, Sergio Chico González, C. J. Navas, aiguanachein, eduardofilo, jomeini, Rafa Latiegui, M. Alberto Marín Mora, Miguel Navío, Ricardo Monsalve Nicolás, OMRPPS, Alejandro Álvarez Guillem, Norman Llorente Oliete, Fernando del Busto, mardor, Pedro López Muñoz, Vicente Huete (gen2kes), Víctor Molina, Daniel Nevado Villar, Samuel Jiménez Molina, Darksoft, Pepe Pérez García, Frederic Bisquert, Pep, Carlos Vicente León, David López Gómez, donpriestley, yenght, Manuel Jaime Díaz, sad1942, Luis Alberto Marcos Peón, David García (Tirabol), Javier Estévez, Alejandro Blanco Rivas, José Vicente Ruiz, Rafael Carrasco Cariñana, Sergio García, David Colmenero (D_Skywalk), José Arias, Roberto Matas, Midak, kokuma, pirosan, Ricardo Suárez, Paulo Jan, Sergio Esparcia García, Raül Biesa Vicente, Federico Jerez, José Salavert Torres (TheGreatPower), ceesepe, Kyra&Xeky&Zaz–Wagner G. N., Alberto Gutiérrez Jácome, Quique Rodríguez, Óscar Fernández Aparicio, Antonio Robles Fernández, sergiux, burga, Alberto Fraj, Mansioni, Luca Zabeo (LukeZab), Ángel A. Svoboda, Rafa de Matos (yorik), Fco Zaragoza Rondán (naufrago), Francisco José Ruiz Jiménez, Turbiales, Gustavo Luque, Borja Gárate Maidagan, Francisco Ariza Rega (museoinformatico.com), Maite López C. (fuerakilos.com), Octavio Molano Anta, Jorge Ruiz Magaña, Jonathan Orta M. (jonnyceuta), ereyero, Alejandro Galán (alensan), PowerCMIS, Jordi Solé Esteve, suntory, GotoMah, Marc FunSpot Rollán, Erdomi, Guinness6666, Javier Vergara García, Óscar Ruiz Amorós, Pedro Millet Agustí, Arthas Wake, cesarcarba, Pablo González Pérez, Juan Luis López Maza, Juanfran Hernández Pérez, José Jacobo Murciego Rodríguez, José María Gómez Pérez, LVDF, sinnicknick, José Barros, José Ignacio Marina (astjim), dunnjayt, jpenamar, idlp, Jaume Muntané Bertrans, Miguel Guijarro (Retro2Now), José Manuel Martínez, CapitanBlood, karstiel, Adrià Pujol Cruells, Alonso (Apolonius), Gaby López, solivent, Rafael Miró Vidal, Juan Salvador Aleixandre Talens, @Frikineitor, Sergio Santamaría Arribas, MrPeace, José Manuel, Ángel C. Martín Gascón, Roger Erles Soria, fertxi, Sergio Jiménez Méndez, Pablo, mamdiaz, Daniel González Díaz, Rafa Jiménez, David del Río González, xikiflus, Juan Francisco Moreso, José Manuel Moya Melcón (Zemanur), Iván Alexis Abad–Treki23, chinlu, Rafa Ferrís Ricarte, Gonzalo López Garmendia, Cedric Escoriza, bantha_king, Fran Bueno, Toño Hernando Álvarez, Pablo Fábrega, Haritz Mentxaka, Jordi Montornés, Titreuse, Rafa Torres (ciberio), Xavi Canudas Puig, CavallerDeLArpa y a Verkami y todo su personal por poner las herramientas necesarias.

Me gustaría hacer una mención especial a tres de los mecenas. Vaya desde aquí un fuerte abrazo a José Manuel Braña Álvarez, paisano de Paco Menéndez, por ceder desinteresadamente una copia de *La Abadía del Crimen*, a Sergio Bayarri Gausi por sus incansables consejos para sacar el máximo rendimiento a la campaña y por ceder desinteresadamente *Don Quijote*, *Viaje al Centro de la Tierra* y *Mot* y a Javi Díez, que ha cedido por puro altruismo las copias de *Phantis*, *Freddy Hardest*, *Army Moves* y *Abu Simbel Profanation*.

FIN*

*El final de *Desperado*, una pequeña joyita surgida de los miembros de Topo Soft.

“

OCHO QUILATES: Una historia de la Edad de Oro del software español

¿Sabías que, hace veinte años, España fue una de las potencias del videojuego europeo? Ocho Quilates, una historia de la edad de oro del software español es un repaso a los orígenes de la industria española del videojuego en los tiempos de los 8 bits.

Puede que los ochenta te recuerde a los años del bocadillo de Nocilla al salir de clase, Naranjito, El Equipo A y Mecano. Pero también fueron el momento histórico en el que el videojuego comenzó a convertirse en el monstruo que es ahora gracias a los microordenadores de 8 bits: el ZX Spectrum, el Amstrad CPC, el MSX, el Commodore 64.

Alrededor de este tinglado tecnológico, un puñado de jóvenes imberbes (y alguno con unos cuantos años de más) levantaron de la nada una industria inexistente hasta ese momento. Nombres como Dinamic, ERBE, Made in Spain, Opera o Topo se ganaron a pulso un lugar en el corazón de una generación entera de españoles que descubrió que el ordenador servía para algo más que para hacer los deberes de clase.

Ocho Quilates pretende ser una crónica de esos años contada por boca de sus protagonistas. Es una historia de pioneros, de primeras veces, de sueños y de decepciones. En resumidas cuentas, es otro relato más en el que sus protagonistas se abren paso en el mundo adulto a la vez que montan sus negocios desde cero sin poseer la mayoría de edad. En definitiva, la historia de una generación brillante que marcó para siempre nuestra cultura.

Si todavía se te erizan los pelos cuando oyes hablar de La Abadía del Crimen, Navy Moves, Mad Mix Game, Livingstone, Supongo, La Aventura Original, Abu Simbel Profanation, Silent Shadow, Sir Fred, La Pulga, Mot, Lorna, El Misterio del Nilo, After the War, Emilio Butragueño o Fernando Martín. Si aún se te escapa una lagrimilla cuando alguien te habla de Afteroids, Army Moves, Fred, Goody, Desperado, Narco Police, Risky Woods, Rocky, Perico Delgado, Humphrey o París – Dakar, bienvenido, porque estás en casa.

Editap!
DISEÑO & APPS

STAR-T
MAGAZINE
BOOKS